Nachhaltigkeit in der Hotellerie



Stand heute und neue Ansätze

1. Monitoringbericht

Zürich, 14. März 2014



Impressum

Herausgeber

hotelleriesuisse, Bern

Autorinnen und Autoren

Myriam Steinemann, INFRAS Judith Reutimann, INFRAS Thomas von Stokar, INFRAS Sandra Schürmann, hotelleriesuisse

Projektbegleitung

Beat Anthamatten, Ferienart Resort + Spa René Dobler, Schweizerische Stiftung für Sozialtourismus Anne DuPasquier, Bundesamt für Raumentwicklung ARE Klaus Eisele, Hotel Ador Bern Monika Güntensperger, hotelleriesuisse Stefanie Pfändler, Bundesamt für Raumentwicklung ARE Fabian Weber, hotelleriesuisse

Foto Titelseite

IN LAIN Hotel Cadonau, Brail

Mit Unterstützung von Innotour, dem Förderprogramm des Staatssekretariats für Wirtschaft (SECO) zur Förderung von Innovation, Zusammenarbeit und Wissensaufbau im Tourismus



INHALT

Zusammenfassung	_ 4
1. Warum sich die Hotellerie mit Nachhaltigkeit befasst	10
2. Special: Mobilität und Beschaffung	11
Umweltfreundliche Mobilität: die Hoteliers zeigen Wege auf	13
Nachhaltige Beschaffung: ein wichtiger Hebel	22
3. Umwelt	38
Resultate in der Übersicht	38
Die ökologischen Herausforderungen	39
Klima und Energie: Effizienzgewinne auch in der Hotellerie	40
Sorge um Bodenverbrauch als Chance für die Hotellerie	43
4. Wirtschaft	44
Resultate in der Übersicht	44
Die wirtschaftlichen Herausforderungen	45
Schwieriges Umfeld drückt auf Wirtschaftlichkeit	46
Stagnierende Beschäftigung	49
Strukturwandel schreitet voran	51
Bauinvestitionen ziehen an	53
5. Gesellschaft	54
Resultate in der Übersicht	54
Die gesellschaftlichen und sozialen Herausforderungen	55
Bildung als Basis für Qualität in der Schweizer Hotellerie	56
Arbeitsbedingungen trotz schwierigem Umfeld gehalten	60
Chancengleichheit als Grundanforderung in einer heterogenen Branche	62
Vielfalt für vielfältige Gäste	64
6. Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmensführung	66
Resultate in der Übersicht	66
Nachhaltigkeit als übergreifendes Konzept	67
Nachhaltige Unternehmensführung: Basis für Entwicklung in allen Nachhaltigkeitsdimensionen	67
Qualität und Nachhaltigkeit gehen Hand in Hand	69
7. Fazit	71
Literatur	75

ZUSAMMENFASSUNG

Einführung

Die Hotellerie ist vielfältigen ökologischen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Veränderungen unterworfen. Klimawandel, Druck auf sensible Landschaften, hoher Wettbewerbs- und Konkurrenzdruck, Frankenstärke und neue Gästebedürfnisse betreffen die Hotellerie ganz direkt.

hotelleriesuisse hat die Herausforderungen erkannt. Als Mitunterzeichnerin der Nachhaltigkeits-Charta des Schweizer Tourismus strebt sie eine Entwicklung an, welche wirtschaftliche Leistungsfähigkeit, ökologische Verantwortung und gesellschaftliche Solidarität gleichermassen berücksichtigt. Das vorliegende erste Nachhaltigkeitsmonitoring zeigt erstmals umfassend auf, wo die Schweizer Hotellerie steht und wie sie sich in den letzten Jahren entwickelt hat.

Mobilität und Beschaffung – zwei wichtige Aspekte einer nachhaltigen Hotellerie

Mobilität und Beschaffung sind zentrale Aspekte einer nachhaltigen Entwicklung in der Hotellerie. Die Mobilität ist die Basis von jeglichem Tourismus. Der Aufenthalt von Hotelgästen bringt Verkehr bei der An- und Abreise und vor Ort mit sich, Mitarbeitende und Lieferanten sind für die Hotellerie unterwegs. Über 90 Prozent der weltweiten Treibhausgasemissionen des Tourismus sind auf die Mobilität und dabei vor allem auf die An- und Abreise der Gäste zurückzuführen.

Auf der Beschaffungsseite erfordert die Hotellerie verschiedenste Vorleistungen, darunter Nahrungsmittel, Strom, Geräte oder Verbrauchsartikel. Im Betrieb verursachen Strom, Wärme und die eingekauften Nahrungsmittel für die Restauration etwa 90 Prozent der Treibhausgasemissionen.

Setzt die Hotellerie bei der Mobilität und der Beschaffung an, kann sie ihre gesamten Umweltbelastungen markant reduzieren. hotelleriesuisse legt deshalb den thematischen Schwerpunkt dieses ersten Monitoringberichts auf diese beiden Schlüsselbereiche. Um diese beiden Aspekte vertieft zu beleuchten, führte hotelleriesuisse eine Online-Umfrage unter ihren Mitgliedern durch. 239 Hotels nahmen an dieser Umfrage teil.

Mobilität: informieren und im Kleinen viel bewirken

Für 74 Prozent der befragten Hoteliers ist eine umweltfreundliche Mobilität ein Anliegen. Allerdings ist der Handlungsspielraum der Hotellerie vor allem bei der An- und Abreise der Gäste oft beschränkt, da die grössten Umweltbelastungen im Flugverkehr und damit ausserhalb ihres Handlungsbereichs liegen. Für eine umweltfreundliche An- und Abreise sind gut sichtbare Informationen im Hotelprospekt und auf der Webseite eine wichtige Voraussetzung. Gemäss Befragung liefern 70 Prozent der Hotels entsprechende Informationen.

Sind die Gäste einmal vor Ort, sind die Möglichkeiten der Hotellerie für eine umweltfreundliche Mobilität ungleich grösser. Innovative Mobilitätsangebote vor Ort, aktive Kommunikation von attraktiven Nahverkehrsangeboten, Kooperationen mit Bergbahnen, Verleih von Velos: Viele dieser Angebote werden durch die Hotellerie gefördert. Dies kommt nicht nur der Umwelt zugute. Eine intakte Landschaft, ein effizienter öffentlicher Verkehr in Tourismusregionen erhöht auch die Lebensqualität vor Ort und wird von den Gästen honoriert.

Die wichtigsten Handlungsmöglichkeiten in der Mobilität

- > Sensibilisieren und informieren: Die Gäste aktiv auf die Verbindungen mit öffentlichen Verkehrsmitteln für die Anreise und vor Ort aufmerksam machen.
- > Anreize setzen für öffentlichen Verkehr: Angebote entwickeln und nutzen, damit Gäste und Mitarbeitende verstärkt auf den öffentlichen Verkehr setzen (Gratisangebote, Beiträge an Billett-/Abonnementskosten).
- > Transportmöglichkeiten für kurze Wege anbieten: z. B. Shuttlebus-Dienste und Gepäcktransporte für oft frequentierte Wege.
- > Langsame Mobilität fördern: Gäste auf nah gelegene Ausflugsziele hinweisen, Langsamverkehr mit Velo-/E-Bike-Verleih unterstützen. Mitarbeitende für Velo- und Fussverkehr sensibilisieren und motivieren, Veloparkplätze zur Verfügung stellen.
- **> Für Geschäftstransporte effiziente Fahrzeuge einsetzen:** z. B. Fahrzeuge mit Hybridantrieb oder sehr geringem Treibstoffverbrauch.
- > Innovative Mobilitätsformen unterstützen: z. B. gemeinsame Fahrzeugnutzung von Mitarbeitenden.

Beschaffung: viel Handlungsspielraum, der besser ausgeschöpft werden kann

Eine nachhaltige Beschaffung berücksichtigt die ökologischen und sozialen Auswirkungen, die bei der Herstellung und beim Transport von Produkten und Dienstleistungen anfallen (Food und Non-Food). Neun von zehn befragten Hoteliers ist die nachhaltige Beschaffung ein Anliegen. Die Hoteliers können auf verschiedene Aspekte direkt Einfluss nehmen, und sie tun dies auch: Mehr als 60 Prozent der Befragten geben Lieferanten mit hohen ökologischen und sozialen Standards den Vorrang und bevorzugen regionale Produkte. Fairtrade ist zumindest bei gewissen Produk-

ten weitverbreitet, Energieeffizienz ist für viele Hoteliers ein wichtiges Kriterium bei der Beschaffung elektronischer Geräte. Dennoch zeigen sich auch Hindernisse: Liquiditätsengpässe verunmöglichen an sich sinnvolle Investitionen, zum Beispiel in neue Heizsysteme. Auf Ökostrom oder Bioprodukte wird wegen der vergleichsweise hohen Kosten vielfach verzichtet. Insgesamt bringen aber viele Massnahmen einen mehrfachen Nutzen: Sie schonen natürliche Ressourcen und ermöglichen es dem Hotelier, sowohl Kosten zu sparen als auch das wachsende Bedürfnis der Gäste nach Nachhaltigkeit zu erfüllen.

Die wichtigsten Handlungsmöglichkeiten in der Beschaffung

Einkauf von Nahrungsmitteln

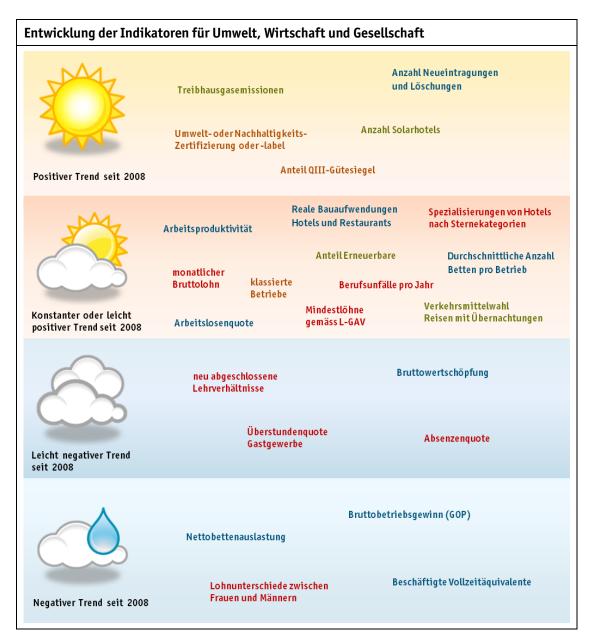
- > Ökologisch vorteilhafte Menus und Produkte anbieten: Vielseitige vegetarische Menus in die Speisekarte aufnehmen, biologisch produzierte Nahrungsmittel und Fisch aus nachhaltiger Produktion bzw. Fischerei anbieten.
- > Regionale Erzeugnisse ins Angebot aufnehmen und damit zur regionalen Wertschöpfung beitragen.
- > Fairtrade-Produkte anbieten: z. B. Produkte für den Frühstückstisch wie Kaffee, Tee, Orangensaft, Bananen.

Einkauf von Non-Food-Produkten

- > Energieeffizienz und Klimaschutz bei Investitionen als Kriterien berücksichtigen: z. B. beim Ersatz von Heizsystemen erneuerbare Ressourcen nutzen, elektronische Geräte wie Geschirrspüler oder Fernseher der höchsten Effizienzklassen beschaffen und Energiesparlampen einsetzen.
- **> Strom aus erneuerbaren Energien beschaffen:** Ökostrom aus Biomasse, Solar-, Wind- oder zertifizierter Wasserkraft.
- > Ressourcensparende Geräte einsetzen: z. B. Geräte, die den Standby-Verbrauch minimieren, oder wassersparende Geräte wie Sparduschköpfe und Durchflussbegrenzer.
- > Ökologische Alternativen bei Verbrauchsartikeln wählen: z. B. Recycling-Papier und ökologische Spül- und Reinigungsmittel.

Entwicklungen in Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft: ein heterogenes Bild

Das Nachhaltigkeitsmonitoring für die Schweizer Hotellerie zeichnet nebst den thematischen Schwerpunkten in der Mobilität und der Beschaffung ein umfassendes Bild zu Stand und Entwicklung ausgewählter Kenngrössen in ökologischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Belangen. Die Entwicklung der analysierten Kenngrössen zeigt insgesamt ein heterogenes Bild. Je nach Kenngrösse sind seit 2008 Trends von deutlich negativ bis deutlich positiv erkennbar.



Figur Z-1 Entwicklung der Indikatoren für Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft in Richtung nachhaltige Entwicklung seit 2008. Nicht dargestellt ist das Niveau der Kenngrössen. Farbcodes: grün: Umwelt, blau: Wirtschaft, rot: Gesellschaft, braun: übergreifend.

Umwelt: positive Entwicklungen, aber meist auf tiefem Niveau

Insgesamt entwickelt sich die Hotellerie im Umweltbereich positiv. Die Klima- und Energiekennzahlen deuten auf mehr Energieeffizienz und weniger fossile Energie hin. Der Anteil an erneuerbarer Energie hat sich im Gastgewerbe in den vergangenen Jahren leicht positiv entwickelt und der öffentliche Verkehr ist bei der An- und Abreise etwas wichtiger geworden. Oft finden die positiven Veränderungen aber auf tiefem Niveau statt, weitergehende Anstrengungen wären

wünschbar. So sind die Treibhausgasemissionen zwar zurückgegangen, aber langsamer als angestrebt, wenn man die Schweizer Treibhausgasziele als Referenz nimmt. Viele Entwicklungen betreffen zudem nur ein spezifisches Segment der Hotellerie (z. B. die Solarhotels) und machen keine Aussage über die gesamte Branche. Und viele Umweltthemen wie Bodenverbrauch, Abfälle oder Artenvielfalt sind für die Hotellerie wichtig. Es lassen sich aufgrund fehlender Daten jedoch kaum Rückschlüsse auf den Einfluss der Hotellerie auf diese Themen ziehen.

Wirtschaft: hartes wirtschaftliches Umfeld drückt auf betriebliche Kennzahlen

Die Kennzahlen in der wirtschaftlichen Dimension der Nachhaltigkeit zeigen ein durchzogenes Bild. Auslastung, Wertschöpfung und Gewinne zeugen von der schwierigen Entwicklung in den letzten fünf Jahren. Weltweite konjunkturelle Schwankungen und die Frankenstärke machten sich im Tourismus und in der Hotellerie stark negativ bemerkbar. Entsprechend fanden weniger Menschen in der Hotellerie eine Beschäftigung, die Beschäftigtenzahlen gehen seit 2000 kontinuierlich zurück.

Gleichzeitig schreiten die schon seit längerer Zeit andauernden strukturellen Anpassungen weiter voran: Betriebsgrössen und Arbeitsproduktivität nehmen weiter zu, die Bauinvestitionen ziehen wieder an. Der Strukturwandel dürfte damit aber noch nicht abgeschlossen sein. Die Hotellerie ist weiter gefordert, die Angebotsstruktur den Marktbedürfnissen anzupassen.

Gesellschaft: wenig Spielraum für Verbesserungen

Als wichtige Arbeitgeberin vor allem in den Tourismusregionen hat die Hotellerie eine besondere Verantwortung gegenüber ihren Mitarbeitenden. Gute Arbeitsbedingungen sind eine Voraussetzung, um langfristige Beziehungen zu den Mitarbeitenden aufzubauen und damit eine hohe Qualität der Leistungen sicherzustellen.

Die schwierigen wirtschaftlichen Bedingungen wirkten sich direkt auf die Beziehungen zu den Mitarbeitenden aus. Der Spielraum für Verbesserungen war gering. So haben die neu eröffneten Lehrverhältnisse seit 2008 leicht abgenommen und die Lohnunterschiede zwischen Mann und Frau leicht zugenommen, wenn auch auf tiefem Niveau. Die Mindestlöhne sind dank der Regelung im Landes-Gesamtarbeitsvertrag aber leicht gestiegen. Insgesamt ist die Dynamik im gesellschaftlichen Bereich gering und im Vergleich zum gesamten Dienstleistungssektor steht die Hotellerie in verschiedenen Belangen weniger gut da. Dabei ist zu beachten, dass die Hotellerie eine wichtige gesellschaftliche Rolle wahrnimmt, etwa indem sie überdurchschnittlich viele Menschen mit tiefem Bildungsstand beschäftigt oder in Randregionen Wertschöpfung und Arbeitsplätze für Zulieferer generiert.

Fazit

Das Monitoring in der Hotellerie zeichnet ein facettenreiches Bild mit sehr unterschiedlichen Entwicklungen. In allen drei Nachhaltigkeitsdimensionen zeigt sich die Branche insgesamt nicht allzu dynamisch, aber in der Nische kommt Bewegung auf. Eine wachsende Anzahl von Betrieben betrachten Ökologie und Nachhaltigkeit als wichtige Aspekte ihrer Geschäftstätigkeit.

Nachhaltige Entwicklung erfordert ein permanentes Abwägen zwischen wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und ökologischen Zielsetzungen. Zwischen diesen Dimensionen bestehen typischerweise Zielkonflikte, aber auch Synergien. So setzen einerseits die derzeitigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Verbesserung der Arbeitsbedingungen enge Grenzen. Andererseits gehen ökologische Verbesserungen wie etwa Investitionen in energieeffiziente Geräte Hand in Hand mit Effizienz- und Produktivitätssteigerungen.

Fortschritte sind bei der Qualitätsentwicklung erkennbar. Diese ist nicht nur Basis für wirtschaftlichen Erfolg, sondern auch Grundlage für gesellschaftliche und ökologische Verbesserungen. Betriebe mit einem anerkannten Qualitätsmanagementsystem, wie es sie zunehmend gibt, sind gut gerüstet, Qualität umfassend in sämtliche Geschäftsprozesse zu integrieren. Die Weichen in Richtung einer nachhaltigen Entwicklung sind damit gestellt.

Und nicht zuletzt bietet der derzeitige Strukturwandel in der Hotellerie auch Chancen: Vielen Gästen sind Nachhaltigkeit und die sozialen und ökologischen Auswirkungen ihrer Reise zunehmend wichtig. Gerade Veränderungsprozesse bieten die Möglichkeit, auf diese neuen Gästebedürfnisse einzugehen und gleichzeitig einen ökologischen und sozialen Mehrwert zu schaffen.

1. WARUM SICH DIE HOTELLERIE MIT NACHHALTIGKEIT BEFASST

Fortschreitende Globalisierung, Veränderungen im Reiseverhalten, Währungsrisiken, Klimawandel, künftige Energieversorgung, Landschaften unter Druck, strukturelle Defizite und stagnierende Beschäftigung: Die Herausforderungen der Hotellerie sind vielfältig, überlappend und betreffen alle drei Nachhaltigkeitsdimensionen: Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft.

Die Schweizer Hotellerie hat diese Herausforderungen erkannt. Als Mitunterzeichnerin der Nachhaltigkeits-Charta des Schweizer Tourismus strebt sie eine Entwicklung an, welche wirtschaftliche Leistungsfähigkeit, ökologische Verantwortung und gesellschaftliche Solidarität gleichermassen berücksichtigt. Diese Stossrichtung geht auch aus der Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz hervor, welche die Grundsätze einer nachhaltigen Entwicklung als integralen Bestandteil der Strategie aufnimmt (Bundesrat 2010).

hotelleriesuisse engagiert sich als Branchenverband seit Längerem in verschiedenen Bereichen einer nachhaltigen Entwicklung. Das vorliegende erste Nachhaltigkeitsmonitoring zeigt anhand eines Sets von Indikatoren erstmals umfassend auf, wo die Hotellerie steht und wie sie sich in den letzten Jahren entwickelt hat. Das Monitoring dient verschiedenen Akteuren als Grundlage für weitere Optimierungen. Referenzrahmen für das Nachhaltigkeitsmonitoring bildet die Strategie Nachhaltige Entwicklung 2012–2015 des Schweizer Bundesrates (Bundesrat 2012). Diese orientiert sich an der international breit abgestützten «Brundtland-Definition» einer nachhaltigen Entwicklung. Demnach ist eine Entwicklung nachhaltig, wenn sie gewährleistet, dass die Bedürfnisse der heutigen Generation befriedigt werden, ohne dabei die Möglichkeiten künftiger Generationen zur Befriedigung ihrer eigenen Bedürfnisse zu beeinträchtigen.

Schwerpunkte dieses ersten Monitoringberichts bilden die Themen umweltfreundliche Mobilität und nachhaltige Beschaffung (Kapitel 2). Dazu hat hotelleriesuisse ergänzend zur Analyse der Sekundärdaten eine Umfrage durchgeführt, an der sich rund 250 Hoteliers beteiligten. Die Umfrage zeigt auf, wie wichtig diese Themen für die Hoteliers sind, welche Massnahmen sie ergreifen und welche Handlungsmöglichkeiten bestehen. Illustriert werden diese Resultate mit ausgewählten Beispielen aus der Praxis.

Die Kapitel 3 bis 6 zeigen Stand und Entwicklungen von wichtigen Kenngrössen auf und stellen diese in den Kontext der Entwicklungen in der Gesamtwirtschaft. hotelleriesuisse beabsichtigt, das Monitoring 2015/16 zu aktualisieren und mit weiteren Themenschwerpunkten zu vertiefen. Damit wird auch künftig ersichtlich sein, wo die Hotellerie in Sachen Nachhaltigkeit steht und wohin sie geht.

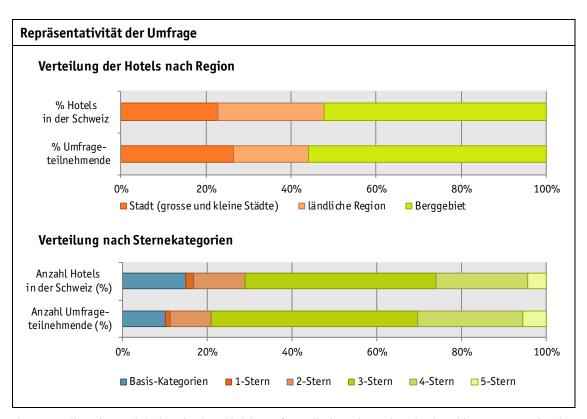
2. SPECIAL: MOBILITÄT UND BESCHAFFUNG

Mobilität und Beschaffung sind zentrale Aspekte einer nachhaltigen Entwicklung in der Hotellerie. Eine Vielzahl von ökologischen und sozialen Auswirkungen fallen in diesen beiden Bereichen an. So ist beispielsweise der Reiseverkehr die wichtigste Ursache für Treibhausgasemissionen im Tourismus. Und innerhalb eines Hotelbetriebs verursacht der Einkauf für die Restauration 25 bis 40 Prozent der Treibhausgasemissionen (SJH 2013). Die Handlungsmöglichkeiten der Hoteliers sind beträchtlich. Sie reichen von umweltfreundlichen Mobilitätsangeboten für Gäste, über Fairtrade-Produkte im Restaurant bis zum Einkauf energieeffizienter Geräte.

Trotz ihrer hohen Relevanz für die Hotellerie liegen zur ökologischen Mobilität und zur nachhaltigen Beschaffung kaum Daten vor. Aus diesem Grund legt hotelleriesuisse für den ersten Monitoringbericht den Schwerpunkt auf diese beiden Themen und hat dazu eine Umfrage bei Hoteliers durchgeführt. Rund 2000 Hotelmitglieder des Verbandes wurden im Herbst 2013 eingeladen, an einer Online-Befragung teilzunehmen. Die Umfrage gibt Aufschluss darüber, wie das Bewusstsein der Hoteliers für nachhaltige Mobilität und Beschaffung ist und welche Massnahmen sie ergreifen.

Umfrageteilnehmende und Repräsentativität

239 Hotels haben an der Umfrage teilgenommen, das sind 12 Prozent der Hotelmitglieder von hotelleriesuisse. Das Sample der Umfrageteilnehmenden deckt sich in hohem Mass mit der Struktur der Schweizer Hotellerie. So ist sowohl die regionale Verteilung als auch die Verteilung der Sternekategorien vergleichbar mit der Gesamtzahl der Hotels in der Schweiz (Figur 1).



Figur 1 Verteilung der Hotels in der Schweiz und bei den Umfrageteilnehmenden nach Region (Anzahl Antworten: 231) und pro Sternekategorie (Anzahl Antworten: 238). Quelle klassierte Betriebe: BFS, hotelleriesuisse, aus hotelleriesuisse 2013a; Ergebnisse der Umfrage zu nachhaltiger Mobilität und Beschaffung.

Zur Umfrage eingeladen wurden die Mitglieder von hotelleriesuisse und damit ausschliesslich die klassierten Betriebe. Zu den nichtklassierten Betrieben in der Schweiz lassen sich keine Aussagen machen. Die durchschnittliche Bettenzahl ist bei den Umfrageteilnehmenden mit 87 Betten grösser als die durchschnittliche Bettenzahl bei Schweizer Hotels mit 52 Betten im Jahr 2012 (hotelleriesuisse 2013a).

Umweltfreundliche Mobilität: die Hoteliers zeigen Wege auf

Mobilität ist die Basis von jeglichem Tourismus. Der Aufenthalt von Hotelgästen bringt Verkehr bei der An- und Abreise und bei Ausflügen vor Ort mit sich. Zudem sind Hotelmitarbeitende und Lieferanten für die Hotellerie unterwegs. Entsprechend vielseitig sind die Möglichkeiten der Hotellerie, eine umweltfreundliche Mobilität zu fördern. Die Hotellerie nutzt dieses Potenzial bereits teilweise, sieht jedoch nur einen kleinen Spielraum für umweltfreundliche Mobilitätsangebote.

Umweltfreundliche Mobilität ist ein Thema

74 Prozent der Hoteliers, die an der Umfrage teilgenommen haben, erachten umweltfreundliche Mobilität als wichtig. Etwa 50 Prozent der Hoteliers – darunter viele von Budgethotels¹ und Hotels in Berggebieten – denken, es sei auch den Gästen ein Anliegen, dass sich die Hotellerie für eine umweltfreundliche Mobilität einsetzt. Allerdings gibt es eine Diskrepanz zwischen Wollen und Tun: Mehr als die Hälfte der Befragten geht davon aus, dass die Hotels auf die Mobilität der Gäste nur wenig oder gar keinen Einfluss nehmen können. Als Gründe dafür werden die hohen Preise für öffentliche Verkehrsmittel genannt, welche die Hotels nicht übernehmen können, sowie Gästegewohnheiten, die dazu führen, dass die Gäste per Auto oder Taxi anreisen.

«Wir können lokal etwas bewirken mit einem Gratisbus. Gäste aus Ländern mit schlechten öffentlichen Verkehrsmitteln nutzen diesen jedoch nicht.»

Die umweltfreundliche An- und Abreise der Gäste kann am meisten bewirken

Der grösste Teil der Umweltbelastung entsteht in der Regel bei der **An- und Abreise der Gäste**². Ausschlaggebend sind die Distanz und das Transportmittel, das der Gast für die Reise wählt. Viele ausländische Gäste reisen per Flugzeug in die Schweiz und steigen erst am Flughafen auf öffentliche Verkehrsmittel, Auto oder Taxi um. Durch den Flug entsteht in jedem Fall eine weitaus höhere Umweltbelastung als durch den Transfer vom Flughafen und die Reisen vor Ort. Daher fällt die Umweltbilanz umso besser aus, je mehr Gäste auf dem Landweg anreisen. Könnten beispielsweise Gäste aus Europa dazu bewegt werden, vermehrt mit der Bahn anstatt per Flugzeug oder Auto anzureisen, könnte ein beträchtlicher Beitrag zu einer umweltfreundlichen

^{1 1-}Stern, 2-Sterne und Basiskategorie werden zur Gruppe «Budgethotels» zusammengefasst.

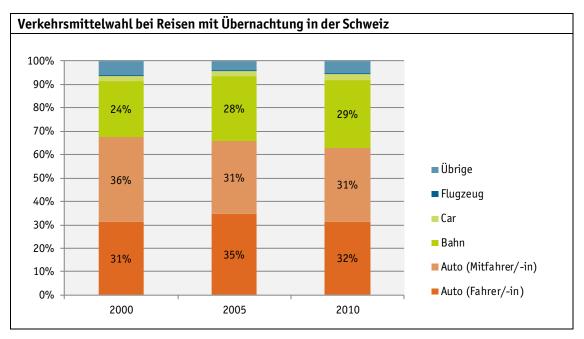
² Weltweit können ca. 90% der Treibhausgasemissionen des Tourismus auf den Transport zurückgeführt werden (Howitt et al. 2009); im alpinen Tourismus sind es 75% (CIPRA 2011).

Mobilität im Tourismus geleistet werden. Der Einfluss der Hotellerie beschränkt sich aber meist auf den Reiseabschnitt, den die Gäste im Inland zurücklegen.

«Eine direkte Zugverbindung vom Flughafen würde die Empfehlung, mit den öffentlichen Verkehrsmitteln anzureisen, wirkungsvoller machen.»

«Unser Motto: Hotel mit eigenem Bahnhof!»

Bei Reisen im Inland zeigte sich in den letzten Jahren eine leichte Tendenz in Richtung mehr öffentliche Verkehrsmittel, wie Daten des Bundesamtes für Statistik zeigen (Figur 2).



Figur 2 Quelle: BFS 2002, 2007, 2012, Mikrozensus Verkehr.

Im Jahr 2010 hat die Bevölkerung in der Schweiz 6,6 Millionen Reisen mit Übernachtungen mit Reiseziel in der Schweiz unternommen (BFS 2012c, Tourismusstatistik 2011). Die allermeisten Reisen (88 Prozent) dienten privaten Zwecken, die übrigen waren Geschäftsreisen (BFS/ARE 2012). Auch wenn die Hotellerie nur eine von mehreren touristischen Anbieterinnen ist und nur bedingt auf die An- und Abreise der Gäste Einfluss nehmen kann, sind diese Reisen dennoch relevant.

Der Anteil Autofahrten hat zwischen 2000 und 2010 leicht abgenommen, während die Bahn vergleichsweise häufiger genutzt wurde. Da der öffentliche Verkehr im Freizeitverkehr einen

deutlich geringeren Anteil (ca. 20 Prozent) aufweist als bei den Reisen mit Übernachtungen in der Schweiz (BFS 2013a), ist diese Entwicklung bemerkenswert.

Der Entscheid für ein bestimmtes Verkehrsmittel hängt in erster Linie von dessen Verfügbarkeit ab (Solèr et al. 2014). Auch die Umfrage bei den Hoteliers zeigt: Der Standort des Hotels und dessen Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel ist entscheidend für die Wahl des Verkehrsmittels. In Extremfällen sind die Hotels fast nur mit dem Auto (z. B. Hotels an der Autobahn) oder ausschliesslich mit öffentlichen Verkehrsmitteln (z. B. Hotels in autofreien Berggebieten) erreichbar. Der ÖV-Anschluss ist bei den Befragten aber grossmehrheitlich gegeben. Die meisten Hotels sind gut durch öffentliche Verkehrsmittel erschlossen, darunter all jene in Städten, aber auch 76 Prozent der Hotels in ländlichen Regionen und 87 Prozent der Hotels in Bergregionen.

Die befragten Hoteliers schätzen, dass 40 Prozent der Gäste mit öffentlichen Verkehrsmitteln anreisen. Bei Hotels in Städten sind es gegen 50 Prozent der Gäste, in ländlichen Regionen 30 Prozent und in Berggebieten knapp 40 Prozent. Gäste von Budgethotels nutzen gemäss Schätzungen der Umfrageteilnehmenden die öffentlichen Verkehrsmittel häufiger als Gäste von 3-, 4- oder 5-Sterne-Hotels.

70 Prozent der Hotels informieren ihre Gäste über Anreisemöglichkeiten mit öffentlichen Verkehrsmitteln und schaffen damit eine Grundvoraussetzung für eine umweltfreundliche Anund Abreise. Rund 40 Prozent der Hotels bieten den Gästen einen Gratistransfer vom Bahnhof an. 5 Prozent der Hotels bieten den Gästen bei der An- oder Abreise finanzielle Anreize an, z. B. Gratistickets für den öffentlichen Verkehr.

«In unseren Bestätigungsbriefen weisen wir auf die Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln hin.»

«Wann immer möglich versuchen wir, unseren Gästen CO₂-arme Taxis zu bestellen.»

«Auf die An- und Abreise der Gäste können wir keinen Einfluss nehmen, aber sobald der Gast vor Ort ist, soll er das Auto nicht mehr benutzen.»

«Wir betreiben für Hotelgäste eine Gratistankstelle für Elektrofahrzeuge.»

Praxisbeispiel 1: Die Sunstar Hotelgruppe fördert die umweltfreundliche An- und Abreise ihrer Gäste

Die Sunstar Hotelgruppe setzt sich stark im Bereich Nachhaltigkeit ein. Seit Mai 2008 kompensiert die Hotelgruppe ihren gesamten CO₂-Ausstoss mit der Unterstützung von ausgesuchten Projekten der Klimaschutzstiftung myclimate. Einzig der CO₂-Ausstoss, durch die An- und Abreise der Gäste verursacht wird, ist nicht inbegriffen. Zum umfassenden Nachhaltigkeitskonzept gehört für Sunstar die An- und Abreise der Gäste aber durchaus dazu. Deshalb bietet die Hotelgruppe ihren Gästen mehrere Angebote an.

So steht dem Gast die Möglichkeit offen, den durch seine An- und Abreise verursachten Treibhausgasausstoss freiwillig zu kompensieren. Dazu muss er während seines Aufenthalts lediglich ein Kompensationsticket ausfül-



Kurt Bieri, Nachhaltigkeits-Verantwortlicher

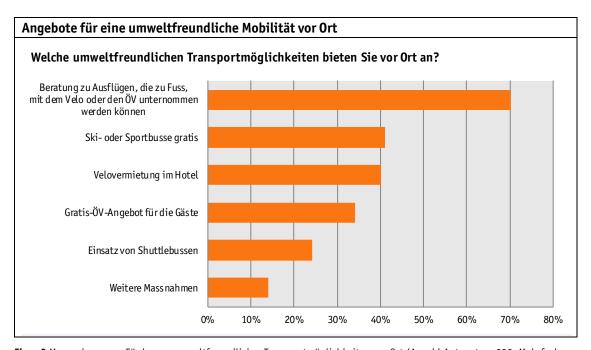
len. Dieses enthält Informationen über das Verkehrsmittel, die Strecke sowie die Anzahl Personen. Der Kompensationsbetrag wird dem Gast danach mit der Rechnung belastet. Die Kompensation der Fahrt mit einem Kleinwagen von Zürich nach Davos etwa kostet 2 Franken. Der Flug des englischen Gasts von London nach Zürich kostet 11 Franken. Laut Kurt Bieri, Nachhaltigkeitsverantwortlicher der Sunstar Hotels, stösst die freiwillige Kompensation trotz Informationsflyern in jedem Hotelzimmer allerdings auf kein grosses Interesse. Nur wenige Gäste entscheiden sich dafür, ihre Reisen zu kompensieren. «Vielleicht sind sich die Gäste der Thematik zu wenig bewusst», überlegt er. An der Hotelreception besteht laut Herrn Bieri nicht die Möglichkeit, jeden Gast beim Auschecken auf die Kompensation anzusprechen. Dazu fehle die Kapazität. Oftmals müsste die Kompensation den Gästen erst erklärt werden. Wenn immer möglich wird die Thematik aber im persönlichen Gespräch angesprochen. Eine obligatorische Kompensation der Anreise möchte Sunstar nicht einführen.

Die freiwillige Kompensation der An- und Abreise der Gäste ist aber nicht die einzige Massnahme der Sunstar Gruppe, um ihre Verantwortung wahrzunehmen. Sie setzt ihren Gästen auch Anreize, mit der Bahn anzureisen. «Schliesslich», meint Bieri, «ist es besser, wenn der Gast gar nicht erst mit dem Auto anreist, als dass er die Fahrt kompensiert.»

Für Gäste, welche mindestens sieben Nächte in einem Sunstar Hotel verbringen, übernimmt die Gruppe das Bahnticket für die Reise von und zum Schweizer Wohnort oder von und bis zur Schweizer Grenze. Damit ist Sunstar sehr erfolgreich, meint Kurt Bieri. Dieser Service verursacht der Hotelgruppe natürlich zusätzliche Kosten, er werde aber seitens der Gäste sehr geschätzt. Insbesondere Schweizer Gäste und Stammgäste nutzen das Gratisbahnticket. Die Sunstar Hotels bieten ihren Gästen auch einen kostenlosen Abholservice ab der Bahn- oder der Busstation. Damit erhöht sich die Attraktivität einer Anreise mit dem öffentlichen Verkehr zusätzlich.

Breite Angebotspalette für eine umweltfreundliche Mobilität vor Ort

Sind die **Gäste** einmal **vor Ort**, ist der Handlungsspielraum, um die umweltfreundliche Mobilität zu fördern, am grössten (Figur 3).



Figur 3 Massnahmen zur Förderung umweltfreundlicher Transportmöglichkeiten vor Ort (Anzahl Antworten: 250; Mehrfachauswahl möglich). Quelle: Ergebnisse der Umfrage zu nachhaltiger Mobilität und Beschaffung.

Die meisten Hotels bieten Beratung zu den Verbindungen mit öffentlichen Verkehrsmitteln an oder fördern durch attraktive Angebote eine umweltfreundliche Mobilität der Gäste vor Ort. 34 Prozent der Hotels bieten den Gästen die Gratisnutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln vor Ort an. Solche Angebote kommen zum Teil durch Unterstützung der lokalen Tourismusorganisationen zustande³. Durch «sanfte Mobilität» kann sich eine ganze Destination als klimafreundlich und umweltbewusst positionieren (Solèr et al. 2014).

³ Zum Beispiel Mobility-Ticket Basel Tourismus, das allen Gästen während der Dauer des Aufenthaltes die freie Benützung von Tram und Bus in Basel und Umgebung erlaubt.

Praxisbeispiel 2: Hotel Adler und Destination Adelboden-Frutigen: Freie Fahrt mit Bergbahnen und Bussen dank dem Wanderpass

Viele Schweizer Feriendestinationen beschäftigen sich seit Längerem mit der Mobilität der Gäste vor Ort. Die Mobilität mit dem lokalen öffentlichen Verkehr wird gemeinhin nicht als reine Aufgabe der Hotellerie, sondern als Aufgabe der Destinationen angesehen. Diese verfügen über die nötigen Koordinationsmöglichkeiten,



Lothar Loretan, Gastgeber

um die verschiedenen Akteure im Tourismus zusammenzuführen. Vielerorts ist deshalb während der Wintersaison der lokale öffentliche Verkehr in Kombination mit dem Bergbahnticket oder der Gästekarte kostenlos.

Adelboden-Frutigen ist eine Destination, die erfolgreich im Sommer den kostenlosen öffentlichen Transport anbietet. Bereits vor vier Jahren wurde der Wanderpass eingeführt, welcher den Gästen in den meisten örtlichen Hotels bereits ab der ersten Nacht angeboten wird. Der Wanderpass beinhaltet dabei die freie Fahrt mit den Bergbahnen Adelboden-Frutigen sowie dem Innerortsbus. Auch das Hotel Adler Adelboden bietet den Wanderpass seit dessen Einführung allen Sommergästen an. «Unsere Gäste parkieren ihr Auto zu Beginn ihrer Ferien in unserer Parkgarage und brauchen das Auto danach während der ganzen Ferien nicht», freut sich Lothar Loretan, Gastgeber des Hotel Adler in Adelboden. Die Einführung des Wanderpasses habe sich als erfolgreich erwiesen und werde inzwischen von den Gästen erwartet, ergänzt er. Mehr Logiernächte habe er deswegen zwar nicht verzeichnen können, aber das Angebot habe in den vergangenen Jahren sicherlich geholfen, das Minus besser abfedern zu können.

Nach einem erfolgreichen Pilotversuch im Sommer 2013 wird der Pass ab dem Sommer 2014 zudem auf den Nachbarort Kandersteg ausgeweitet. «Mit dem Wanderpass wird der Gast dazu motiviert, nicht nur im Ort, sondern auch in der ganzen Umgebung Ausflüge zu machen. Davon profitieren wir zuletzt alle» meint Lothar Loretan. Neben dem Wanderpass bietet Gastgeber Lothar Loretan seinen Gästen auch Pauschalangebote für Ausflüge in der Region an. Diese können seine Gäste gleich zusammen mit dem Zimmer buchen.

Praxisbeispiel 3: Biohotel Ucliva: Mit dem Flyer unterwegs

Das Biohotel Ucliva legt den Fokus bei der Mobilität seiner Gäste nicht auf den öffentlichen Verkehr, sondern auf dessen Ergänzung durch sportliche Betätigung. Das Biohotel vermietet bereits seit mehreren Jahren erfolgreich Elektrofahrräder an seine Gäste. Auch Anhänger für die Kinder kann der Gast mieten. «Die Flyer ermöglichen es dem Gast, nicht vom lokalen ÖV abhängig zu sein», sagt Marion Patzelt, Leiterin Réception/Stv. Direktion.



Marion Patzelt, Leiterin Réception/Stv. Direktion



Auch der nahe Badesee in Brigels lässt sich für einen Familienausflug im Sommer leichter erreichen. Das Biohotel Ucliva, welches die Flyer von Biketec mietet, profitiert von einem Flyer-Netzwerk in der Region. Dieses ermöglicht den vereinfachten Austausch von leeren Akus und die lokle Reparatur der Fahrräder. Das Biohotel schlägt seinen Gästen mit der Reservationsbestätigung auch vor, nicht mit dem Auto anzureisen. Mit dem Auto ist die Fahrt in die Ferien nicht ganz so erholsam wie mit der Bahn, liest man auf der Hotelwebsite.

Wie kann die Hotellerie eine umweltfreundliche Mobilität fördern?

Mobilität der Gäste

- > Die Gäste, vor allem die ausländischen, bereits vor der Reise aktiv auf die guten Verbindungen mit öffentlichen Verkehrsmitteln in der Schweiz aufmerksam machen (z. B. Wegbeschreibung mit ÖV in der Reservationsbestätigung).
- Anreize setzen, damit die Gäste mit dem öffentlichen Verkehr anreisen oder diesen vor Ort nutzen (z.
 B. «Hotel-Skipass und ÖV-inklusive» im Winter). Zu diesem Zweck die Zusammenarbeit mit lokalen
 ÖV-Anbietern und Behörden suchen.
- > Die Gäste darauf hinweisen, dass Reisegepäck per Bahn zu sämtlichen Bahn- und Postautohaltestellen geschickt werden kann.
- > Shuttlebus-Dienste und Gepäcktransporte für oft frequentierte Wege anbieten, z. B. zwischen Hotel und Bahnhof oder zwischen Hotel und der Talstation von Bergbahnen.
- > Wo vorhanden, kostenlosen öffentlichen Verkehr auf Destinationsebene unter den Gästen bekannt machen.
- > Langsame Mobilität fördern: Vor Ort die Gäste auf Ausflugsziele hinweisen, die zu Fuss, mit dem Velo oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar sind.
- > Den Gästen ökologische Verkehrsmittel vermieten oder gratis zur Verfügung stellen, z. B. Velos und E-Bikes. Alternativ die Zusammenarbeit mit Sportgeschäften suchen.

Mobilität der Mitarbeitenden

- > Die Arbeitszeiten so weit möglich den Verbindungen der öffentlichen Verkehrsmittel anpassen.
- > ÖV-Abonnemente der Mitarbeitenden so weit möglich mit einem Beitrag unterstützen.
- > Mitarbeitende motivieren, dass sie zu Fuss oder mit dem Velo zur Arbeit kommen, oder entsprechende Anreize setzen.
- > Veloparkplätze für die Mitarbeitenden zur Verfügung stellen.
- > Car-Sharing von Mitarbeitenden mit einheitlichen Anfahrtswegen unterstützen, z. B. indem die Arbeitszeiten aufeinander abgestimmt werden.
- > Die Website <u>www.mobitool.ch</u> nutzen, die Tipps und Tricks für nachhaltige Mobilität in Unternehmen anbietet.

Geschäftsverkehr

- > Für die Reise zu Geschäftsterminen bevorzugt die öffentlichen Verkehrsmittel nutzen.
- > Beim Einkauf von Geschäftsautos Fahrzeuge mit Hybridantrieb oder sehr geringem Treibstoffverbrauch (Energie-Etikette A) bevorzugen.

Umweltfreundlich pendeln ist möglich - aber nicht immer

Das tägliche Pendeln von Hotelmitarbeitenden zur Arbeit kann stark zum Verkehrsaufkommen der Hotellerie beitragen. Um die ökologische **Mobilität der Mitarbeitenden** zu fördern, sehen die Hoteliers allerdings nur begrenzt Möglichkeiten. 65 Prozent der Umfrageteilnehmenden sind der Ansicht, dass sie die Mobilität der Mitarbeitenden praktisch nicht beeinflussen können. Abgelegene Standorte, schlechte Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel und ausserordentliche Betriebs- und Arbeitszeiten, wie sie in der Hotellerie üblich sind, erschweren den Arbeitsverkehr per ÖV.

Dennoch versuchen ca. 40 Prozent der Hotels, eine umweltfreundliche Mobilität der Mitarbeitenden zu fördern. Viele Hotels bevorzugen Mitarbeitende aus der Region, die zu Fuss oder mit dem Velo zur Arbeit pendeln können. Andere Hotels passen bewusst die Arbeitszeiten den Verbindungen der öffentlichen Verkehrsmittel an.

«Mitarbeitende bekommen kostenfrei Velos bereitgestellt.»

«Vorbildfunktion: Unsere Geschäftsleitung fährt täglich mit dem Bike. Die Direktion kommt mit dem Elektrofahrzeug.»

«Da ein Bahnhof vor unserem Hotel steht, kosten die Parkplätze für Mitarbeitende 100 Franken pro Monat.» «Der Pass für Bergbahnen und Busse kann auch von den Mitarbeitenden genutzt werden. So bleibt das Auto in der Garage!»

Umweltfreundlicher Geschäftsverkehr setzt ein Beispiel

Der Geschäftsverkehr macht nur einen kleinen Teil der Mobilität in der Hotellerie aus. Bei 48 Prozent der Hotels, die an der Umfrage teilgenommen haben, fällt fast kein Geschäftsverkehr an. 55 Prozent der Hotels verfügen über Geschäftsautos oder Shuttlebusse für Gästetransporte, davon überdurchschnittlich viele Hotels in Bergregionen. Einige Hotels achten darauf, dass ihre Geschäftsautos mit Hybridantrieb ausgestattet sind oder einen geringen Treibstoffverbrauch aufweisen (Energie-Etikette A). Einzelne setzen beim Geschäftsverkehr bewusst auf öffentliche Verkehrsmittel.

«Alle Fahrten für Weiterbildungen und interne Kursen werden bezahlt, solange sie mit dem ÖV zurückgelegt werden.»

Fazit Mobilität: im Kleinen viel bewirken

Gross ist der Spielraum der Hotellerie nicht, wenn man bedenkt, dass die grössten Umweltbelastungen im Flugverkehr und damit ausserhalb ihres Handlungsbereichs liegen. Sind die Gäste aber vor Ort, kann die Hotellerie sehr wohl ihren Beitrag leisten: mit innovativen Mobilitätsangeboten vor Ort, mit aktiver Kommunikation gegenüber den Gästen und Kooperationen innerhalb der Tourismusregion. Dies kommt nicht nur der Umwelt zugute. Eine intakte Landschaft, ein effizienter öffentlicher Verkehr in Tourismusregionen erhöht nicht nur die Lebensqualität vor Ort, sondern wird auch von den Gästen honoriert. Die vielen kleinen Massnahmen der Hoteliers, wenn auch punktueller Art, sind deshalb gerade vor Ort nicht zu unterschätzen.

Nachhaltige Beschaffung: ein wichtiger Hebel

Die Leistungserbringung in der Hotellerie erfordert viele Vorleistungen, darunter Nahrungsmittel, Strom, Geräte oder Verbrauchsartikel. Hoteliers, die sich für eine nachhaltige Beschaffung engagieren, tun damit verschiedene Dinge auf einmal: Auf Gästebedürfnisse eingehen, eine Vorreiterrolle in Nachhaltigkeit spielen und dabei Strom und Wasser sparen.

Die ökologischen und sozialen Auswirkungen der Beschaffung sind vielfältig. Sie umfassen so unterschiedliche Bereiche wie Treibhausgasemissionen des Gütertransports, Wasserverbrauch in der Herstellung von Gütern oder Arbeitsbedingungen in Produktionsländern des Südens. Nachhaltige Beschaffung bedeutet, beim Einkauf von Produkten und Vorleistungen darauf zu achten, dass negative ökologische und soziale Auswirkungen durch die Herstellung der Produkte möglichst gering ausfallen. Hoteliers können beispielsweise Lieferanten in der Nähe bevorzugen oder Produkte einkaufen, die faire Arbeitsbedingungen bei der Herstellung garantieren. Zudem können sie den Strom- oder Warmwasserverbrauch ökologisch optimieren, indem sie Strom aus erneuerbarer Energie einkaufen oder effiziente Geräte einsetzen.

Die Beschaffungsmechanismen bei den verschiedenen Vorleistungen laufen sehr unterschiedlich ab und Informationen über die Lieferantenketten sind schwer zugänglich. Daher ist es für die Hoteliers kaum möglich, alle Nachhaltigkeitsaspekte gleichermassen zu berücksichtigen. Dennoch gibt es eine Vielzahl von Massnahmen, die mit geringem Aufwand umgesetzt werden können und auch einen direkten Nutzen bringen etwa noch zufriedenere Gäste oder direkte Kosteneinsparungen.

Wie kann die Hotellerie eine nachhaltige Beschaffung fördern?

Einkauf von Nahrungsmitteln

- > Eine Auswahl an vielseitigen, auch vegetarischen Menus in die Speisekarte aufnehmen und entsprechend kennzeichnen.
- > Den Absatz regionaler Erzeugnisse so weit möglich unterstützen und damit zur regionalen Wertschöpfung beitragen. Ansonsten auf Schweizer Produktion achten und so die Transportwege reduzieren.
- > Den Gästen die Möglichkeit geben, Bio-Menus zu wählen und damit ihre Wünsche nach hochwertigen, biologisch produzierten Nahrungsmitteln befriedigen.
- > Fisch aus Schweizer Wildfang oder Fische mit dem MSC-Label anbieten.
- > Fairtrade-Produkte anbieten. Dazu eignet sich besonders der Frühstückstisch (Kaffee, Tee, Orangensaft, Bananen).

Einkauf von Non-Food-Produkten

- > Bei Erneuerungen die Ölheizungen durch Fernwärme, Wärmepumpe oder Solarthermie ersetzen.
- > Beim Einkauf von elektronischen Geräten wie Geschirrspüler, Fernseher oder Kühlschränken die höchste Energieeffizienzklasse wählen.
- > In den Gästezimmern Geräte installieren, die den Standby-Verlust minimieren (automatische Netzschalter oder «Standby-Killer»).
- > In den Badezimmern wassersparende Geräte einsetzen (Sparduschköpfe, Durchflussbegrenzer).
- > Als Leuchtmittel Energiesparlampen und LED-Leuchten verwenden.
- > Beim Strombezug auf Ökostrom setzen, also ein Produkt aus Biomasse, Solar-, Wind- oder zertifizierter Wasserkraft wählen.
- > Für Papierverbrauchsartikel (Toilettenpapier, Kosmetiktücher) ökologische Varianten wählen, z. B. solche aus Recycling- oder FSC-zertifizierten Papierfasern.
- > Ökologisch gut abbaubare Spül- und Reinigungsmittel verwenden.
- → Geeignete Kommunikationsmittel einsetzen, um auf wenig sichtbare Massnahmen aufmerksam zu machen. Zum Beispiel Schilder im Logenbereich mit Hinweisen auf besonders ökologische Massnahmen (z. B. «100 Prozent Ökostrom im Einsatz» oder «CO₂-neutrale Küche»).
- Online-Hilfsmittel nutzen:
 - Die Website www.hotelpower.ch beschreibt Massnahmen für Energieeffizienz in der Hotellerie und der Gastronomie, erläutert konkrete Beispiele und stellt online Tools zur Verfügung, um das Sparpotenzial zu berechnen.
 - > Der KMU-Kompass für nachhaltige Beschaffung http://kmu.kompass-nachhaltigkeit.ch/ unterstützt KMU dabei, entlang von verschiedenen Phasen ein nachhaltiges Beschaffungsmanagement aufzubauen.

Gäste interessiert die nachhaltige Beschaffung – jedoch nicht alle

Für gegen 90 Prozent der Hoteliers ist die nachhaltige Beschaffung ein Anliegen. Auch den umweltfreundlichen Transport der eingekauften Produkte erachten rund 60 Prozent der Hoteliers als wichtig. Mehr als 60 Prozent der Hoteliers bevorzugen daher Lieferanten mit hohen ökologischen und sozialen Standards, und über 90 Prozent der Hoteliers wählen bevorzugt solche aus der Region. Bei grossen Hotels mit mehr als 200 Betten ist dies etwas weniger häufig der Fall.

«Wir bieten unseren Gästen viele Produkte aus unserem Garten und Selbstgemachtes an. Das wird sehr geschätzt.»

Gemäss der Umfrage denken 50 Prozent der Hoteliers, dass die nachhaltige Beschaffung auch ihren Gästen ein Anliegen ist. Etwa die Hälfte der Hoteliers kommuniziert ihr Engagement für eine nachhaltige Beschaffung aktiv gegenüber den Gästen. Die Gästebedürfnisse scheinen je nach Hotel unterschiedlich zu sein: Während einige Hotels viele an Nachhaltigkeit interessierte Gäste haben, steht bei anderen Gästesegmenten vor allem der Preis im Vordergrund. In Hotels in

Berggebieten messen die Gäste nach Aussagen der Hoteliers nachhaltig produzierten Produkten eine grössere Bedeutung zu als in anderen Regionen. Dies mag damit zusammenhängen, dass Gäste, die Ferien in der Natur bzw. in Berggebieten verbringen, regionale, lokale oder biologische Produkte stark mit Qualität, Genuss und Authentizität in Verbindung bringen und deshalb stärker darauf achten. Geschäftsreisende bzw. Städtereisende messen solchen Aspekten offenbar weniger Bedeutung bei.

Die unterschiedlichen Gästebedürfnisse zeigen sich auch in einer breit angelegten wissenschaftlichen Studie der Hochschule Luzern (HSLU 2011b): Demnach sind 22 Prozent der Touristen als nachhaltigkeitsbewusst zu bezeichnen, das heisst Nachhaltigkeit ist eines der wichtigen Buchungskriterien. Allerdings sind viele Gäste nur dann bereit, auf nachhaltige Angebote umzuschwenken, wenn diese nicht substanziell mehr kosten als konventionelle Angebote.

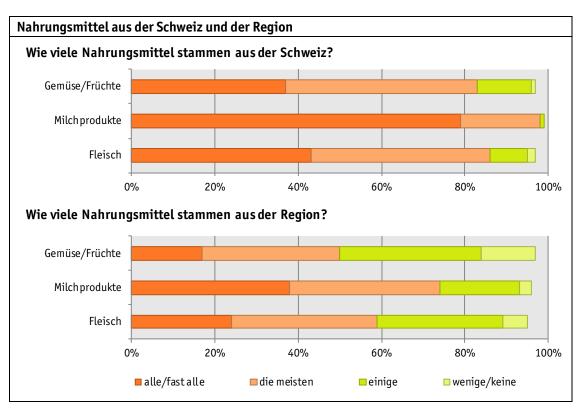
Hoteliers setzen auf Schweizer Produkte

Die ökologischen Auswirkungen der Nahrungsmittel hängen von verschiedenen Aspekten ab: von der Produktionsart (biologischer oder herkömmlicher Anbau), vom Transport (regional oder von Übersee) und auch von der Art der Nahrungsmittel: Tierische Produkte wie Fleisch und Milchprodukte belasten die Umwelt stärker als Gemüse, Früchte und Getreide, da deren Produktion mehr Energie, Flächen und Wasser benötigt. Daher leistet die vegetarische Küche einen grossen Beitrag zur Reduktion ökologischer Auswirkungen der Produktion. Rund 80 Prozent der Hotels haben gemäss Umfrage mehrere vegetarische Menus im Angebot, bei den Budgethotels sind es 65 Prozent.

Ein Grossteil der Hotels kauft Nahrungsmittel in der Region⁴ oder der Schweiz ein. Durch die kurzen Transportwege entsteht eine geringere Umweltbelastung. Zudem stärkt dies die lokale Wertschöpfung.

Bei 70 Prozent der Hotels in ländlichen Gebieten, 60 Prozent der Hotels in Bergregionen sowie 50 Prozent der Hotels in Städten bestehen die meisten Gerichte auf der Speisekarte aus regionalen Produkten. 5-Sterne-Hotels und kleine Hotels mit weniger als 20 Betten bieten häufiger regionale Gerichte an als die übrigen Hotels. Figur 4 zeigt, wie viele der wichtigsten Nahrungsmittel die Hotels aus der Region und aus der Schweiz beziehen.

^{4 «}Region» oder «regional» kann verschieden weit gefasst werden. Generell gilt: Je kürzer die Transportwege, desto umweltfreundlicher die Lieferung der Produkte.



Figur 4 Herkunft von Gemüsen und Früchten, Milchprodukten und Fleisch. Nicht dargestellt ist die Antwortkategorie «weiss nicht». Anzahl Antworten bei Herkunft Schweiz: Gemüse und Früchte: 230; Milchprodukte: 231; Fleisch: 230. Anzahl Antworten bei Herkunft Region: Gemüse und Früchte: 231; Milchprodukte: 231; Fleisch: 230. Quelle: Ergebnisse der Umfrage zu nachhaltiger Mobilität und Beschaffung.

Vor allem Milchprodukte stammen sehr oft aus der Region, während der regionale Anteil bei Fleisch sowie Gemüsen und Früchten (auch saisonbedingt) tiefer ist.

«Unser Frühstück ist sehr stark regional ausgerichtet.»

«Wir kaufen auch Fleisch (Rind-/Lamm-/Schweinefleisch) direkt beim Bauern im Dorf.»

Praxisbeispiel 4: Slow Food im Hotel Chesa Rosatsch in Celerina

Das Restaurant Stüvas Rosatsch (Hotel Chesa Rosatsch) hat mit der Sommersaison 2013 die Grundsätze von Slow Food eingeführt. Slow Food steht für Genuss, umweltfreundliche Lebensmittelproduktion und biologische Vielfalt. Die Regionalität der Produkte ist im Stüvas Rosatsch sehr wichtig. Laut Michael Stutz, Direktor des Hotels Chesa Rosatsch, kommen über 95 Prozent der Zutaten aus dem Engadin, dem Bündnerland sowie aus anderen Schweizer Regionen und dem nahen Veltlin. So kommt beispielsweise das



von links: Jan Gassen (Küchenchef), Michael Stutz (Direktor), Jörg Waldthaler (Restaurantleiter/Sommelier)

Tafelsalz neu aus dem Wallis anstatt aus dem Süden Englands und auch Ingredienzen wie Mehl werden laut Michael Stutz zunehmend regional eingekauft. Das Restaurant setzt auf hochwertige



Produkte von Kleinstproduzenten. Umso wichtiger sind der persönliche Kontakt und der Austausch. Mit dem Wechsel zu Slow Food hat sich das Lieferantennetzwerk des Stüvas Rosatsch sehr stark vergrössert. Durch das neue Konzept wird die Speisekarte neu vollständig von der regionalen Verfügbarkeit der Produkte bestimmt. Sie wird deshalb einmal im Monat komplett überarbeitet und kleinere Änderungen werden laufend vorgenommen. Das Restaurant Stüvas Rosatsch hat aber auch weitere innovative Konzep te eingeführt. Die Speisekarte ist nicht wie eine herkömmliche Speisekarte gestaltet, sondern gliedert die Speisen nach Herkunft. Zudem sind alle Gerichte sowohl als kleine als auch als grosse Portion erhältlich. Dies ermöglicht es, besser auf die Bedürfnisse des Gastes einzugehen. «Vielleicht

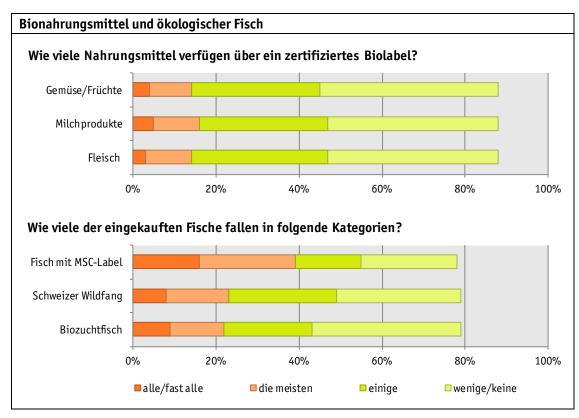
essen unsere Hotelgäste, auch weil sie sich nicht in ein «Menu-Schema» gezwungen fühlen, praktisch jeden Abend im Haus», gibt Michael Stutz zu bedenken.

Durch den Wechsel zu den Grundsätzen von Slow Food nimmt das Stüvas Rosatsch auch eine Verantwortung gegenüber den Gästen und den Produzenten wahr. Die Gäste sollen eine Entschleunigung erleben und erfahren, was wirklich aus der Region kommt und saisonal angeboten werden kann. Michael Stutz und sein Team möchten aber auch einen Beitrag leisten, damit «solche innovativen Produzenten ihr Handwerk fortsetzen können und uns vergessene Nahrungsmittelsorten erhalten bleiben». Deshalb werden dem Gast die Produzenten in der Speisekarte auch vorgestellt. An sogenannten «Slow Tables» haben die Gäste zudem die Möglichkeit, die Produzenten vor Ort persönlich kennenzulernen und Näheres über ihr Handwerk zu erfahren.

Ökologische und fair produzierte Nahrungsmittel auch in der Hotellerie wichtiger

Seit einigen Jahren erfreuen sich nachhaltig produzierte Nahrungsmittel bei den Konsumenten wachsender Beliebtheit. Der Umsatz mit Bio- und Fairtrade-Produkten beispielsweise hat stark zugenommen. So ist der Bioanteil am gesamten Lebensmittelmarkt in den letzten Jahren kontinuierlich angestiegen und liegt heute bei 6,3 Prozent (Bio Suisse 2013). Die Konsumenten sind sich der ökologischen und sozialen Auswirkungen, die bei der Produktion von Nahrungsmitteln anfallen, zunehmend bewusst. Hotels können diesen Trend aufnehmen, indem sie Menus und Gerichte aus ökologisch und fair hergestellten Nahrungsmitteln anbieten und sie aktiv bewerben.

Die Umfrage zeigt, dass Bioprodukte und nachhaltig produzierte tierische Produkte in Hotelrestaurants entsprechend dem schweizerischen Niveau eher wenig verbreitet sind (Figur 5).



Figur 5 Biolabels bei Gemüsen und Früchten (230 Antworten), Milchprodukten (231 Antworten) und Fleisch (230 Antworten) sowie Labels und Herkunft beim Fisch (207 Antworten; Mehrfachauswahl möglich). Nicht dargestellt ist die Antwortkategorie «weiss nicht». Quelle: Ergebnisse der Umfrage zu nachhaltiger Mobilität und Beschaffung.

Jeweils rund 15 Prozent der Hoteliers geben an, Fleisch, Milchprodukte bzw. Gemüse und Früchte fast immer bzw. meistens in Bioqualität anzubieten. Die Unterschiede nach Produkten sind

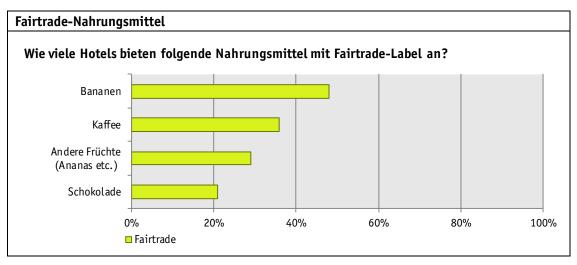
damit gering, entsprechen aber in der Grössenordnung den jeweiligen Anteilen im gesamtschweizerischen Markt (gemäss Zahlen von Bio Suisse 2013).

Fisch aus Schweizer Wildfang und Biozuchtfisch landet in den Hotelrestaurants eher selten auf den Tellern (Figur 5, 2. Grafik). Weiter verbreitet ist erfreulicherweise nachhaltig produzierter Meerfisch mit dem MSC-Label (Marine Stewardship Council). Bei 16 Prozent der befragten Hotels verfügen die eingekauften Fische immer bzw. fast immer über das MSC-Label.

Die Umfrageergebnisse zeigen leichte Unterschiede zwischen den Sternekategorien, nicht aber zwischen Hotels unterschiedlicher Standorte. Bioprodukte werden etwas häufiger in 5-Sterne-Hotels angeboten. Bei rund 30 Prozent der 5-Sterne-Hotels verfügen die erfragten Nahrungsmittel meistens über Bioqualität.

Fairtrade auf dem Frühstückstisch

Fairtrade-Labels garantieren, dass die Lieferanten und Produzenten in Ländern des Südens eine faire Entlohnung erhalten und gute Arbeitsbedingungen vorfinden. Besonders weit verbreitet ist die Fairtrade-Zertifizierung bei landwirtschaftlichen Erzeugnissen wie z. B. Bananen und weiteren exotischen Früchten, Kakao/Schokolade, Kaffee und Blumen (Figur 6).



Figur 6 Einsatz von Fairtrade-Produkten. Anzahl Antworten: Bananen: 223; Kaffee: 226; Schokolade: 224; Mehrfachauswahl möglich. Quelle: Ergebnisse der Umfrage zu nachhaltiger Mobilität und Beschaffung.

Je nach Produkt sind zwischen 20 und 50 Prozent der eingekauften Nahrungsmittel mit einem Fairtrade-Label zertifiziert. Damit steht die Hotellerie insgesamt besser da als der Detailhandel: Während der Marktanteil von Fairtrade-Bananen in der Hotellerie mit 48 Prozent zwar etwas tiefer liegt als im Detailhandel mit knapp 54 Prozent, sind Fairtrade-Kaffee und -Schokolade in

den befragten Hotels mit 36 bzw. 21 Prozent stärker verbreitet als im Detailhandel mit rund 9 bzw. 2,5 Prozent (Max Havelaar 2013).

«Als Hotel in einem abgelegenen Tal versuchen wir, uns dem Angebot anzupassen. Wir achten darauf, dass unsere Säfte entweder die Bezeichnung «Berg» tragen⁵ (Baiv) oder Fairtrade-zertifiziert sind!»

«Unsere Blumen haben mehrheitlich ein Fairtrade-Label.»

Trotz der beträchtlichen Anzahl Hotels, die Bio- und Fairtrade-Produkte einkaufen, gibt es bei der nachhaltigen Beschaffung teilweise grosse Hürden. So sind bei der Wahl der Lieferanten teilweise Grenzen gesetzt, vor allem in abgelegenen Ortschaften.

«Wir haben nur sehr wenige Möglichkeiten, Früchte, Gemüse oder Fische einzukaufen. Wir berücksichtigen die einheimischen Lieferanten, es gibt aber in der Region mehr Bauern, welche auf Bio verzichten.»

Zudem spielt der höhere Preis von Produkten mit ökologischem oder sozialem Mehrwert wie bio und Fairtrade sowie regionale Spezialitäten eine Rolle. Es erstaunt daher nicht, dass besonders unter den 5-Sterne-Hotels viele sind, die Bioprodukte oder Produkte aus der Region anbieten. Der Mehrpreis dieser Produkte kann in diesem Segment besser auf die Hotelpreise überwälzt werden, und die Bereitschaft der Gäste mehr dafür zu bezahlen, ist hier höher.

⁵ Gemäss Berg- und Alpverordnung. Diese verlangt eine Zertifizierung für die Verwendung der Bezeichnungen «Berg» oder «Alp».

Praxisbeispiel 5: Das Projekt «Frühstück regional und fair» des Vereins «Zürcher Hoteliers»

Im Frühling 2013 hat der Verein «Zürcher Hoteliers» das Projekt «Frühstück regional und fair» ins Leben gerufen. Die teilnehmenden Hotels bieten auf ihrem Frühstücksbuffet Produkte aus fairem Handel und aus der Region an. Kaffee, Tee, Trinkschokolade, exotische Früchte, Säfte, Nüsse und Trockenfrüchte werden vom bekannten Gütesiegel Max Havelaar angeboten. Die Frischprodukte werden aus der Region angeboten, wozu eine Kooperation mit natürli zürioberland ag besteht. Laut Jörg Arnold, Präsident der Zürcher Hoteliers und Gastgeber im Hotel Storchen, werden die regionalen Produkte bei natürli «gesammelt» und als Gesamtangebot vermarktet und verteilt. «Für die Hoteliers darf es, gleich wie bei Grossverteilern, kein Mehraufwand



Jörg Arnold, Präsident Verein «Zürcher Hoteliers» und Gastgeber

sein, zu bestellen und beliefert zu werden. Ansonsten kann das Projekt nicht reüssieren. Die Logistik ist entscheidend», stellt er die Wichtigkeit einer praktikablen Lösung in den Vordergrund.

Jörg Arnold kennzeichnet auf seinem Frühstücksbuffet alle regionalen und fairen Produkte. Zudem informiert eine Informationstafel den Gast über das Projekt. Das regionale und faire Frühstück komme bei den Gästen sehr gut an und werde effektiv wahrgenommen, freut er sich. Der Gast reagiere speziell beim Frühstück sehr affin auf regionale Produkte. Dieses müsse

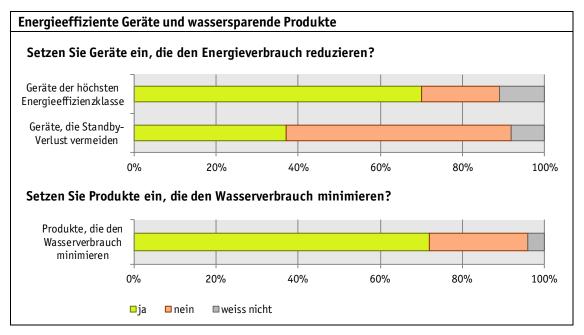
gesund und frisch sein.

Mit dem «Frühstück regional und fair» zeigt das Hotel Storchen den Gästen, dass die Verantwortung gegenüber der Umwelt wahrgenommen wird. Und auch die Mitarbeitenden sehen, dass die Nachhaltigkeit effektiv gelebt wird. Jörg Arnold zeigt sich deshalb sehr zufrieden mit dem Projekt. In den anderen teilnehmenden Hotels sei die Resonanz ebenfalls gut. Inzwischen haben sich

bereits 55 Hotelbetriebe aus der Stadt Zürich sowie aus der Region dem Projekt angeschlossen. Das «Frühstück regional und fair» ist zeitlich unbegrenzt. 2014 sollen die Bemühungen des Vereins «Zürcher Hoteliers» aber verstärkt werden, um weitere Betriebe von den Vorteilen des Projekts zu überzeugen.

Non-Food: effiziente Geräte bieten Kostenvorteile

Anders als bei Nahrungsmitteln können umweltfreundliche Produkte im Non-Food-Bereich zu direkten Kosteneinsparungen führen. Energieeffiziente Geschirrspüler, Fernseher, Kühlschränke oder Wasserkocher sowie Geräte, die den Standby-Verlust minimieren (automatische Netzschalter oder «Standby-Killer»), kosten zwar bei der Anschaffung etwas mehr, schlagen sich aber positiv in der Stromrechnung nieder. Ebenfalls ökologisch und finanziell sinnvoll sind Geräte, die den Wasserverbrauch reduzieren wie beispielsweise Sparduschköpfe oder Durchflussbegrenzer. Figur 7 zeigt, wie viele Hotels solche effizienten Geräte einsetzen.



Figur 7 Einsatz von energieeffizienten Geräten und wassersparenden Produkten. Anzahl Antworten: Geräte der höchsten Energieeffizienzklasse: 238; Geräte die den Standby-Verlust reduzieren: 240; Produkte, die den Wasserverbrauch minimieren: 245. Quelle: Ergebnisse der Umfrage zu nachhaltiger Mobilität und Beschaffung.

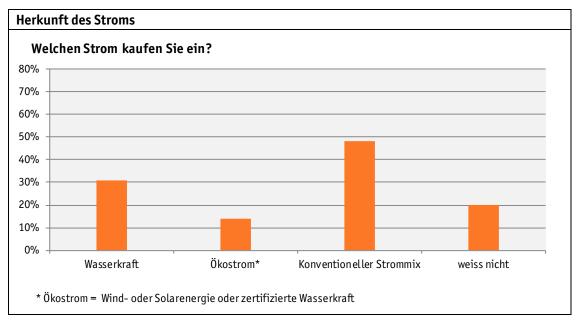
Während hocheffiziente Geräte sehr weit verbreitet sind, werden Geräte, die Standby-Verluste minimieren, nicht allzu oft eingesetzt. Angesichts der Tatsache, dass viele Geräte in jedem Hotelzimmer und folglich in jedem Hotel in grosser Zahl vorhanden sind (v. a. Fernseher, evtl. auch DVD-Geräte), besteht hier ein beträchtliches noch ungenutztes Einsparpotenzial.

Konventioneller Strom im Einsatz

In der Schweiz wird Strom vor allem mit Wasserkraft (59 Prozent) und Kernenergie (36 Prozent) produziert. Dank des regen Stromhandels wird zudem Strom aus Gas-Kombi- und Kohlekraftwerken in unser Netz eingespeist, dessen Produktion grosse Mengen an CO₂ freisetzt.

Die geplante Energiewende erfordert einen massiven Ausbau der Produktion mit erneuerbaren Energien, welchen die Stromkonsumenten mit dem Bezug von Ökostrom unterstützen können.

In Schweizer Hotels verursacht der Stromverbrauch je nach Stromherkunft bis zirka 40 Prozent der Treibhausgasemissionen der Betriebe (SJH 2013). Hoteliers können jedoch Strom aus erneuerbaren Energien oder Ökostrom (Strom aus Wind- oder Solarenergie oder zertifizierter Wasserkraft) einkaufen und so eine umweltfreundliche Energieversorgung unterstützen (Figur 8).



Figur 8 Herkunft des Stroms, den die Hoteliers einkaufen (Anzahl Antworten: 243; Mehrfachauswahl möglich). Die Kategorien sind zum Teil überlappend, z. B. Wasserkraft im konventionellen Strommix sowie in der Regel auch im Ökostrom vertreten. Quelle: Ergebnisse der Umfrage zu nachhaltiger Mobilität und Beschaffung.

Die meisten Hotels kaufen das jeweilig verfügbare Standardprodukt ein, das meist dem konventionellen Strommix (Kernkraft und Wasserkraft) entspricht, je nach Standort aber auch reiner Wasserkraftstrom sein kann. Teilweise wird auch eine bestimmte Strommenge Ökostrom beschafft und der übrige Bedarf mit unzertifiziertem Strom gedeckt.

«Ab 2015 werden wir nur noch Strom aus erneuerbaren Energien beziehen.»

«Wir haben uns schon mit dem ersten Angebot für eine rein auf Ökostrom basierende Versorgung entschieden.»

Praxisbeispiel 6: Kauf von Ökostromzertifikaten durch die Schweizer Jugendherbergen

Seit Anfang 2009 kaufen die Schweizer Jugendherbergen Ökostromzertifikate ein. Damit decken sie ihren gesamten Strombedarf, jährlich immerhin 3500 MWh, mit Strom aus erneuerbarer Wasserkraft aus der Schweiz. Der Kauf der Ökostromzertifikate ermöglicht es den Schweizer Jugendherbergen, zu 100 Prozent CO₂-neutralen Strom einzukaufen und dennoch den günstigsten Strom bei den örtlichen Stromlieferanten zu beziehen. Da der Stromverbrauch der Schweizer Jugendherbergen bei einem konventionellen Strommix rund einen Drittel des CO₂-Ausstosses ausmachen würde, ist der Kauf von Elektrizität aus Wasserkraft für die CO₂-Bilanz nicht unbedeutend.



René Dobler, Geschäftsleiter Schweizerische Stiftung für Sozialtourismus

Laut René Dobler, Geschäftsleiter der Schweizerischen Stiftung für

Sozialtourismus, sind der Aufwand und die Kosten, die durch den Kauf der Ökostromzertifikate für die Schweizer Jugendherbergen entstehen, gering. Die Beratungsfirma Inercomp hat das nötige Know-how und holt für die Schweizer Jugendherbergen Offerten für die benötigte Menge an Zertifikaten ein, worauf jene den Anbieter wählen. Danach erhalten alle Betriebe und Franchisepartner der Schweizer Jugendherbergen die Bestätigung, dass ihr Strom zu 100 Prozent mit Schweizer Wasserkraft produziert wurde. Auch der finanzielle Aufwand fällt für die Betriebe bescheiden aus. Kleinere und mittelgrosse Betriebe zahlen für die Zertifikate jährlich weniger als 50 Franken zusätzlich. Grossbetriebe mit bis zu 65 000 Logiernächten jährlich zahlen maximal 350 Franken. Dank der Zertifikate können die Schweizer Jugendherbergen bei den örtlichen Stromlieferanten den günstigsten Strom einkaufen. «Die Umstellung hat dazu geführt, dass wir gegenüber dem Stand vor der



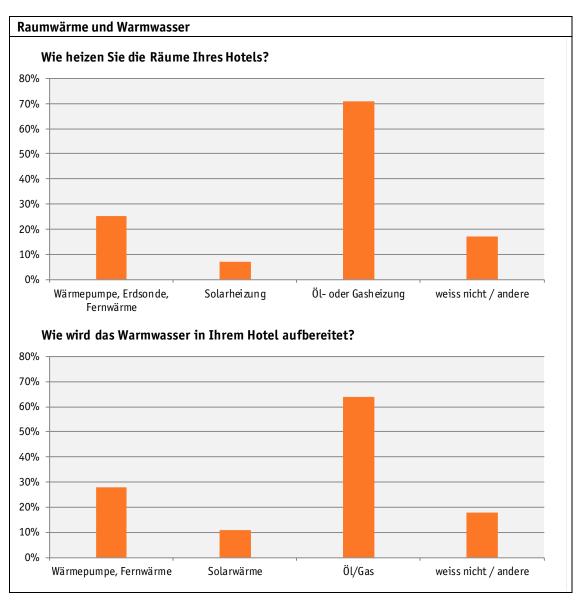
Einführung des Kaufs von Zertifikaten unter dem Strich sogar die Kosten reduzieren konnten, da einige Betriebe bisher sehr teure Ökostromangebote bezogen haben», freut sich René Dobler.

Die Schweizer Jugendherbergen sind auch bemüht, ihre Gäste über ihre Umweltbemühungen zu informieren. Laut René Dobler sind sie für Umweltthemen stark sensibilisiert und schätzen die umfassenden Bemühungen ihrer Gastgeber. Der Bezug der Ökostromzertifikate

nimmt dabei eine wichtige Rolle ein: «Ohne den Bezug von ökologischem Strom wären unsere übrigen Umweltbemühungen nicht glaubwürdig vertretbar», ist sich René Dobler sicher.

Heizen mit Öl und Gas

Ein möglichst geringer CO₂-Ausstoss ist zum Schutz des Klimas auch bei der Erzeugung von Raumwärme und Warmwasser notwendig. In Schweizer Hotelbetrieben verursacht die Wärmeerzeugung zwischen 20 und 30 Prozent der Treibhausgasemissionen (SJH 2013). Heizsysteme, die auf fossilen Energien beruhen (Öl-/Gasheizungen), sind in den Hotels nach wie vor mit Abstand am weitesten verbreitet (Figur 9).



Figur 9 Heizung der Räume und Aufbereitung von Warmwasser (Anzahl Antworten: Raumwärme: 243; Mehrfachauswahl möglich; Warmwasser: 244; Mehrfachauswahl möglich). Quelle: Ergebnisse der Umfrage zu nachhaltiger Mobilität und Beschaffung.

Bei den meisten Hotels (70 Prozent) kommt für die Raumwärme eine Öl- oder Gasheizung zum Einsatz. Dieser Anteil ist sehr gut vergleichbar mit demjenigen in Schweizer Haushalten, wo 2012 die Räume zu 73 Prozent mit Heizöl und Erdgas beheizt wurden (INFRAS/TEP/Prognos 2013)⁶. Ca. 25 Prozent der Hotels nutzen Fernwärme, Erdsonden und Wärmepumpen für die Erzeugung von Raumwärme (Figur 9), bei den 5-Sterne-Hotels sind es über 40 Prozent. Dies dürfte damit zusammenhängen, dass grössere Investitionen wie eben in Heizsysteme eher in der Luxushotellerie, die einen vergleichsweise höheren Energieverbrauch aufweist, getätigt wurden, während in Mittelklassehotels der Spielraum für solche Investitionen beschränkt war.

Interessant ist der mit 11 Prozent vergleichsweise hohe Anteil von Solarwärme für die Warmwasseraufbereitung. Dies ist deutlich mehr als die 4,3 Prozent in den Schweizer Haushalten im Jahr 2012 (INFRAS/TEP/Prognos 2013) und zeigt, dass sich Sonnenkollektoren für die Hotellerie aufgrund des hohen Warmwasserverbrauchs sehr oft lohnen.

 $^{^{6}}$ Die Hotellerie ist aufgrund der spezifischen Nutzung diesbezüglich besser mit Haushalten als mit Dienstleistungen zu vergleichen.

Praxisbeispiel 7: Romantik Hotel Muottas Muragl, das erste Plusenergie-Hotel im Alpenraum

2010 wurde das Romantik Hotel Muottas Muragl nach einer zehnmonatigen Totalsanierung als erstes Plusenergie-Hotel des Alpenraums eröffnet. Um diesen Standard zu erreichen, verfügt das Hotel über thermische Sonnenkollektoren sowie über eine Photovoltaikanlage, welche 95 000 bis 105 000 Kilowattstunden Strom jährlich produziert. Die Photovoltaikanlage wurde entlang des Bahntrassees errichtet und ist 455 Quadratmeter gross. Die Sonnenkollektoren wurden in Form von Flach- und von Röhrenkollektoren installiert. Sie produzieren die Wärme für Warmwasser und Heizung.



Anne-Pierre Ackermann, Gastgeberin Foto: Engadin St. Moritz Mountains / Gian Andri Giovanoli, kmu-fotografie.ch

Mit diesen beiden Anlagen verfügt das Hotel laut Anne-Pierre Ackermann, Gastgeberin im Hotel Muottas Muragl, über das ganze Jahr berechnet über eine positive Energiebilanz und damit genügend Energie für den eigenen Verbrauch. Wird mit den Sonnenkollektoren mehr Wärme produziert als benötigt, so wird die Wärme mittels 16 Erdsonden gespeichert. Wenn zu wenig Wärme produziert wird, versorgen die Erdsonden das Hotel mittels einer Wärmepumpe. Dennoch ist das Romantik Hotel Muottas Muragl nicht vollständig autark. Wenn die Sonne nicht scheint und die Photovoltaikanlage keinen Strom produziert, wird dieser über das lokale Elektrizitätsnetz bezogen. Der Neubau des Hotel Muottas Muragl stösst bei den Gästen auf grosses Interesse und positive Rückmeldungen. «Die Gäste sind beeindruckt, dass dieses Konzept keinen Verzicht auf Komfort bedeutet», freut sich Anne-Pierre Ackermann.

Ein Berghotel mit durchschnittlich 330 Heiztagen im Jahr verbraucht viel Energie; vor dem Umbau waren es jährlich 40 000 Liter Heizöl. Dank energetischen Verbesserungen der Gebäudehülle und gegen Süden gerichteten Fenstern verbraucht das Hotel seit dem Umbau 2010 trotz 50 Prozent zusätzlicher Fläche zwei Drittel weniger Energie als zuvor.



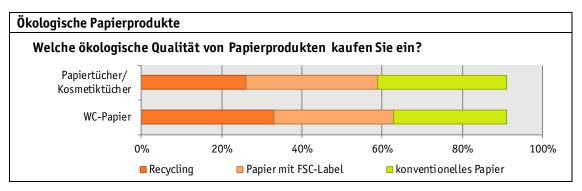
Foto: Engadin St. Moritz Mountains / Gian Andri Giovanoli, kmu-fotografie.ch

Anne-Pierre Ackermann zieht eine rundum positive Bilanz: «Mit den steigenden Heizölpreisen amortisieren sich die Investitionen. Zusätzlich werden Hotels mit diesem Standard von den Gästen vermehrt berücksichtigt. Langfristig ein Muss für den Tourismus.» Für sein Engagement hat das Romantik Hotel mehrere Auszeichnungen erhalten, wie 2011 den Schweizer Solarpreis in der Kategorie Gebäudesanierungen oder 2012 den begehrten Schweizer Energiepreis Watt d'Or in der Kategorie Gebäude.

Für Interessierte bietet Engadin St. Moritz Mountains kostenlose Führungen an. Laut Ackermann werden diese von Hotelgästen, aber auch weiteren Interessierten gerne besucht. Informationen über die Anlagen finden sich auch auf der Website des Hotels, auf welcher unter anderem tagesaktuell die Produktion der Solaranlage verfolgt werden kann: www.muottasmuragl.ch

FSC- und Recyclingpapier weit verbreitet

Fast 10 Prozent des Schweizer Papierverbrauchs entsteht durch die Benutzung von Haushaltsund Hygienepapier (WWF 2009). Das Besondere an diesen Produkten ist, dass sie nach Gebrauch weggeworfen werden und sich nicht wiederverwerten lassen. Der Einsatz von Produkten aus Recyclingpapier oder Papier aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern (FSC-Papier) ist deshalb besonders angezeigt (Figur 10). Rund 60 Prozent der Papierverbrauchsartikel bestehen aus Recycling- bzw. FSC-Papier, die Unterschiede je nach Papierprodukt sind gering.



Figur 10 Ökologische Qualität der Papierprodukte (Anzahl Antworten: Papiertücher/Kosmetiktücher: 238; WC-Papier: 243). Quelle: Ergebnisse der Umfrage zu nachhaltiger Mobilität und Beschaffung.

Fazit nachhaltige Beschaffung: viel Handlungsspielraum, der noch stärker ausgeschöpft werden kann

Nachhaltige Beschaffung umfasst eine Vielzahl verschiedenster Produkte und Beschaffungsprozesse. Im Unterschied zur Mobilität, wo der Spielraum der Hotellerie beschränkt ist, können die Hoteliers hier sehr direkt Einfluss nehmen. Und sie tun dies auch, wie die Resultate der Umfrage zeigen. Regionalität der Produkte wird grossgeschrieben, Fairtrade ist zumindest bei gewissen Produkten weit verbreitet, Energieeffizienz ist ein Kriterium bei der Beschaffung elektronischer Geräte. Dennoch zeigen sich auch Hindernisse. Liquiditätsengpässe verunmöglichen an sich sinnvolle Investitionen, zum Beispiel in neue Heizsysteme. Auf Ökostrom oder Bioprodukte wird wegen der vergleichsweise hohen Kosten vielfach verzichtet. Und Massnahmen wie Energieeffizienzmassnahmen, die für die Gäste nicht direkt sichtbar sind und deshalb auch kaum honoriert werden, werden verschoben. Mittelklassehotels tätigen verglichen mit Budgethotels und Luxushotels weniger Investitionen in ökologische Verbesserungen und setzen seltener auf nachhaltig produzierte Produkte. Die vielfältigen Praxisbeispiele im Food- und Non-Food-Bereich zeigen aber auf, welche unterschiedlichen Massnahmen ergriffen werden. In der Gesamtheit können diese sehr viel Positives bewirken: für die Gäste, für das Hotel, für die Umwelt und die Gesellschaft.

3. UMWELT

Resultate in der Übersicht

Die Trends im Bereich Umwelt zeigen in die richtige Richtung. Die Hotellerie nutzt die Energie effizienter, setzt verstärkt auf erneuerbare Energien und trägt grundsätzlich dazu bei, dass knapper Boden besser genutzt wird. Die Entwicklungen verlaufen jedoch sehr langsam.

Im Unterschied zu den anderen Nachhaltigkeitsdimensionen zeigen in der Umwelt alle Kennzahlen in die gewünschte Richtung. Vor allem Klima- und Energiekennzahlen deuten auf mehr Effizienz und weniger fossile Energien hin. Die Bestrebungen der Hoteliers zu Verbesserungen im Energiebereich (siehe Umfrageresultate zur nachhaltigen Beschaffung in Kapitel 2) zeigen offenbar eine gewisse Wirkung, wenn auch nur langsam. Die Zahlen sind aber mit Vorsicht zu interpretieren, da die Datenreihen lückenhaft sind.

In vielen Bereichen lässt sich der Beitrag der Hotellerie nur schlecht abbilden. Zu wichtigen Umweltthemen wie Bodenverbrauch, Wasserverbrauch, Abfälle und Mobilität sind kaum aussagekräftige Zahlen vorhanden, die Rückschlüsse auf die Hotellerie geben. Daher können dazu praktisch keine Aussagen zu Veränderungen gemacht werden. Die Umfrage bei Hoteliers (Kapitel 2) nimmt aber einige dieser Aspekte auf.

Tabelle 1 zeigt die verfügbaren Kenngrössen im Umweltbereich und deren Entwicklung.

Entwicklungen im ökologischen Bereich	Trends
Klima und Energie	
> Treibhausgasemissionen Gastgewerbe	🏥 Trend seit 2005
> Anteil Erneuerbare im Gastgewerbe	Trend seit 2001
› Anzahl Solarhotels	Trend seit 2012
Mobilität	
> Verkehrsmittelwahl Reisen mit Übernachtungen in der Schweiz	Trend seit 2000

Tabelle 1 Entwicklung der Indikatoren für Umwelt in Richtung nachhaltige Entwicklung, dargestellt durch Wettersymbole. Sonne: positiver Trend; Sonne mit Wolke: konstanter oder leicht positiver Trend. Der Indikator für den Bereich Mobilität ist in Kapitel 2 beschrieben.

Die ökologischen Herausforderungen

Klimawandel, fortschreitender Bodenverbrauch, Verlust von intakten Landschaften und Artenvielfalt, zunehmende Mobilität: Diese Probleme betreffen die gesamte Schweiz und in besonderem Mass den Tourismus. Der Tourismussektor ist wichtiger Mitverursacher des Klimawandels, was insbesondere mit der wachsenden Tourismusnachfrage und der zunehmenden Mobilität im Tourismus durch häufigere Reisen und grössere Distanzen zusammenhängt (SECO/Unibe 2011). Und Tourismus ist immer auch mit Verkehrsaufkommen verbunden, was erhebliche Auswirkungen auf die Umwelt hat. Weiter ist der Tourismus durch Zersiedelung und wenig intakte Landschaften nicht nur beeinträchtigt, sondern er trägt als Ganzes auch eine Mitverantwortung. Touristische Infrastrukturen, der Bau von Unterkünften und verschiedene Tourismusaktivitäten sind für die Branche notwendig, können jedoch auch Auswirkungen auf das Landschaftsbild haben. Gleichzeitig ist der Tourismus mehr als andere Branchen darauf angewiesen, dass Landschaften in ihrer Vielfalt erhalten werden können.

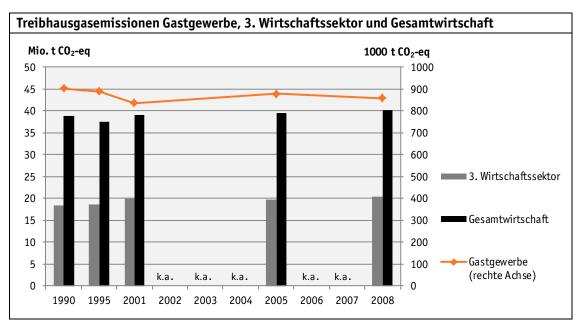
Die Hotellerie kann zwar nicht auf alle Herausforderungen direkt Einfluss nehmen. Dennoch hat sie Handlungsspielräume und kann Gegensteuer geben: im einzelnen Betrieb oder gemeinsam mit anderen touristischen Leistungserbringern in der jeweiligen Tourismusregion. Es ist auch in ihrem Interesse, schonend mit natürlichen Ressourcen umzugehen. Dafür sprechen nicht nur finanzielle Belastungen etwa durch steigende Energiepreise, sondern auch das wachsende Bedürfnis vieler Gäste nach ökologischen touristischen Dienstleistungen.

Innerhalb des Betriebs sind die Bereiche Wärmeproduktion, Stromverbrauch und Einkauf für die Restauration die Bereiche, die am meisten Treibhausgasemissionen verursachen. Schätzungsweise 90 Prozent der Emissionen fallen in diesen drei grossen Bereichen an, wobei der Stromverbrauch mit einem Anteil von 30 bis 50 Prozent (je nach Betrieb) am meisten ins Gewicht fällt (SJH 2013).

Klima und Energie: Effizienzgewinne auch in der Hotellerie

Der Tourismus ist weltweit für rund 5 Prozent der ${\rm CO_2}$ -Emissionen verantwortlich. Drei Viertel der Emissionen fallen bei der An- und Abreise und hauptsächlich beim Flugverkehr an, rund ein Fünftel direkt in der Beherbergung (SECO/Unibe 2011)⁷. Der Beitrag des Tourismus und insbesondere auch der Beherbergung an die globalen Treibhausgasemissionen dürften aufgrund des prognostizierten starken Wachstums des Tourismus weiter stark ansteigen⁸.

In der Schweiz verursacht das Gastgewerbe, also Beherbergung und Gastronomie zusammen, 4 Prozent der Treibhausgasemissionen des Dienstleistungssektors und 2 Prozent der gesamten Wirtschaft (BFS 2012b, Umweltgesamtrechnung). Seit 1990 haben die Emissionen im Gastgewerbe um 5 Prozent abgenommen (Figur 11). Treibhausgasbilanzen einzelner Hotelbetriebe zeigen, dass pro Logiernacht sehr unterschiedlich hohe Treibhausgasemissionen entstehen. Das Spektrum bei ökologisch vorbildlichen Betrieben ist sehr breit und reicht von 6 kg bis über 60 kg Treibhausgase pro Logiernacht (SJH 2013). Am tiefsten sind die Emissionen bei einfachen Hotels (z. B. Swiss Lodge), während etwa 5-Sterne-Betriebe deutlich mehr Strom und Wärme pro Logiernacht aufwenden. Dies schlägt sich dann in der Treibhausgasbilanz nieder. Durchschnittswerte für CO₂-Emissionen in der Schweizer Hotellerie liegen derzeit keine vor.

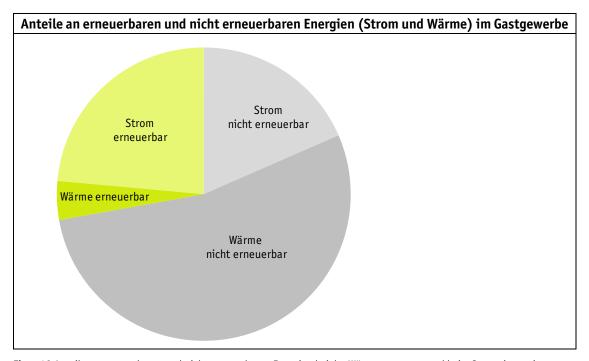


Figur 11 Total Treibhausgasemissionen (inkl. Verkehr) seit 1990 für das Gastgewerbe (in tausend Tonnen CO₂-Äquivalente), den 3. Wirtschaftssektor und die Gesamtwirtschaft (in Mio. Tonnen CO₂-Äquivalente).

⁷ Berechnung nach UNWTO&UNEP für 2005, resp. nach Scott et al. 2010 für 2010. In SECO/Unibe 2011.
8 Für die Schweizer Tourismusbranche liegen keine entsprechenden Prognosen vor.

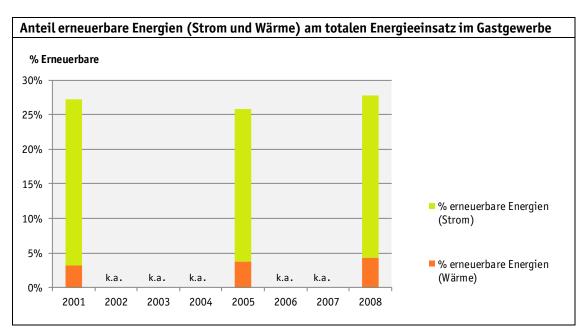
Im Unterschied zu der gesamten Wirtschaft und dem Dienstleistungssektor haben sich die Emissionen im Gastgewerbe eher in die gewünschte Richtung entwickelt. Vom verpflichteten Ziel, die Treibhausgasemissionen im Inland bis 2020 um mindestens 20 Prozent zu senken, ist aber auch das Gastgewerbe noch weit entfernt. Ein beträchtlicher Teil der Reduktionen dürfte zudem auf die stagnierende wirtschaftliche Entwicklung im Gastgewerbe zurückzuführen sein.

Der Energieeinsatz im Gastgewerbe setzt sich zusammen aus Strom und Wärme. In Schweizer Hotelbetrieben verursachen Wärmeerzeugung und Stromverbrauch zusammen rund 70 Prozent der Treibhausgasemissionen (SJH 2013). Während der Anteil der erneuerbaren Energien am Strom in der Schweiz und somit auch im Gastgewerbe hoch ist, spielen erneuerbare Energien bei der Wärmeerzeugung noch immer eine bescheidene Rolle (Figur 12).



Figur 12 Anteile an erneuerbaren und nicht erneuerbaren Energien bei der Wärmeerzeugung und beim Stromeinsatz im Gastgewerbe (gemessen am gesamten Energieverbrauch in Terajoule). Die Berechnungen basieren auf Daten BFS 2012b, Umweltgesamtrechnung, NAMEA (National Accounting Matrix including Environmental Accounts), BFS 2013d, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung und BFE 2008, schweizerische Statistik für erneuerbare Energien.

Gemessen am totalen Energieverbrauch im Gastgewerbe hat sich der **Anteil an erneuerbaren Energien** leicht positiv entwickelt. Im Jahr 2008 stammen rund 28 Prozent der eingesetzten
Energie aus erneuerbaren Quellen: die Wärmeerzeugung aus Erneuerbaren trägt rund 4 Prozent
dazu bei, der Stromeinsatz aus Erneuerbaren 24 Prozent (Figur 13).



Figur 13 Die Berechnungen basieren auf Daten BFS 2012b, Umweltgesamtrechnung, NAMEA (National Accounting Matrix including Environmental Accounts), BFS 2013d, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung und BFE 2008, schweizerische Statistik für erneuerbare Energien.

Um Impulse für eine weitere Verbesserung der Effizienz und den Einsatz von erneuerbaren Energien zu geben, spielen Branchenvorreiter eine wichtige Rolle. Beispielsweise sind **Solarhotels in der Schweiz** wichtige Aushängeschilder für die weitere Förderung der Solarenergie in der Schweiz. Diese erzeugen Wärme und/oder Strom mit Solarenergie. Zurzeit sind 101 Betriebe (davon 16 Jugendherbergen) beim Verein

Swissolar als Solarhotels eingetragen (Webseite Swissolar 2013). Dies sind zwar vergleichsweise wenige Betriebe. Geht man aber davon aus, dass zum einen auch weitere Hotels Solarenergie nutzen, aber nicht als Solarhotels aufgelistet sind und sich zum anderen viele Solaranlagen in der Planungsphase befinden (Webseite Swissolar 2013), ist anzunehmen, dass die Dynamik in diesem Bereich weitergeht.

Sorge um Bodenverbrauch als Chance für die Hotellerie

Fortschreitender Bodenverbrauch und eine nicht nachhaltige Siedlungsentwicklung haben Bevölkerung und Politik in der Schweiz in den letzten Jahren zunehmend beschäftigt. Verschiedene politische Prozesse wie das Ja zur Zweitwohnungsinitiative und die Revision des Raumplanungsgesetzes zeugen von der Bedeutung dieser Themen.

Die Fläche der Siedlungen und Bauzonen ist in der Schweiz stark gewachsen; zwischen 1983 und 2007 nahmen die Siedlungsflächen um 23 Prozent zu (BFS Webseite 2013). Die oft nur geringe Ausnützung der Siedlungsflächen hat zudem negative Auswirkungen, darunter höhere Kosten zur Erschliessung mit Strassen, Wasserversorgung, Strom und Abfallentsorgung, der höhere Anteil ungedeckter Kosten im öffentlichen Verkehr (WSL 2011) und eine ineffiziente Nutzung der bestehenden Ressourcen.

Der Tourismus und auch die Hotellerie sind durch ihre Infrastrukturen und Bauten ebenfalls auf Flächen angewiesen. Gleichzeitig nutzt der Tourismus eine intakte Landschaft als wichtiges touristisches Kapital.

Die Hotellerie kann insbesondere in klassischen Tourismusregionen diesem Trend entgegenwirken. Denn im Unterschied zu Zweitwohnungen nutzt die Hotellerie wegen der besseren Auslastung sowohl ihre Flächen als auch sonstige Ressourcen in der Regel deutlich effizienter. Mehr warme Betten verbessern somit die Auslastung der Infrastruktur und reduzieren den Druck auf den Boden, vor allem auch in ökologisch sensiblen Gebieten wie im Alpenraum. Nach der Zweitwohnungsinitiative eröffnen sich für die Hotellerie Chancen in ökologischer und ökonomischer Hinsicht.

Derzeit liegen keine Daten zum Verhältnis der Logiernächte von Hotellerie und Parahotellerie vor, da die Logiernächte in der Parahotellerie zurzeit nicht erfasst werden. Es ist aber davon auszugehen, dass sich das Verhältnis künftig eher zugunsten der Hotellerie verschiebt.

4. WIRTSCHAFT

Resultate in der Übersicht

Die wirtschaftlichen Kennzahlen widerspiegeln die konjunkturellen Schwankungen und das schwierige wirtschaftliche Umfeld, in dem sich die Hotellerie zwischen 2008 und 2012 befand. Die Entwicklungen von Wertschöpfung und Auslastung stagnierten. Der fortschreitende Strukturwandel lässt aber darauf schliessen, dass die Weichen für die Zukunft gestellt werden.

Die Kennzahlen in der wirtschaftlichen Dimension der Nachhaltigkeit zeigen ein durchzogenes Bild. Die betrieblichen Kennzahlen, insbesondere Auslastung, Wertschöpfung und Gewinne, zeugen von der schwierigen Entwicklung in den letzten fünf Jahren. Weltweite konjunkturelle Schwankungen und die Frankenstärke machten sich im Tourismus und in der Hotellerie stark negativ bemerkbar. Entsprechend fanden weniger Menschen in der Hotellerie eine Beschäftigung.

Gleichzeitig schreiten die schon seit längerer Zeit andauernden strukturellen Anpassungen weiter voran: Betriebsgrössen und Arbeitsproduktivität nehmen weiter zu, die Bauinvestitionen ziehen nach einem Tief im Jahr 2011 wieder an. Der Strukturwandel dürfte damit aber noch nicht abgeschlossen sein. Tabelle 2 gibt eine Übersicht über die wirtschaftlichen Kenngrössen und deren Entwicklungen.

Entwicklungen im wirtschaftlichen Bereich	Trend seit 2008
Wirtschaftlichkeit	
> Nettobettenauslastung in der Hotellerie	
> Bruttowertschöpfung Beherbergung	8
› Arbeitsproduktivität Beherbergung	₫
> Bruttobetriebsgewinn (GOP)	
Beschäftigung	
> Beschäftigte Vollzeitäquivalente in der Beherbergung	
› Arbeitslosenquote Gastgewerbe	<u> </u>
Strukturwandel	
> Durchschnittliche Anzahl Betten pro Beherbergungsbetrieb pro Monat	₫
> Anzahl Neueintragungen und Löschungen in der Hotellerie	*
Investitionen	
> Reale Bauaufwendungen Hotels und Restaurants	₫.

Tabelle 2 Entwicklung der Indikatoren für Wirtschaft in Richtung nachhaltige Entwicklung, dargestellt durch Wettersymbole. Sonne: positiver Trend; Sonne mit Wolke: konstanter oder leicht positiver Trend; zwei Wolken: leicht negativer Trend; Regenwolke: negativer Trend.

Die wirtschaftlichen Herausforderungen

Die Schweizer Hotellerie ist mit verschiedenen exogenen und endogenen Herausforderungen konfrontiert. Als exportorientierte Branche reagiert die Hotellerie schnell auf Veränderungen der Wechselkurse und auf weltweite konjunkturelle Schwankungen. Der demografische Wandel, die fortschreitende Globalisierung und damit Konkurrenz durch neue Zieldestinationen sowie veränderte Einstellungen zum Reisen wirken sich sehr unmittelbar auf die Hotellerie aus (BAK-BASEL 2010). Die Tendenz zu häufigeren, aber kürzeren Reisen resultierte in kürzeren Aufenthalten in Hotels. Und die hohe Mobilität der Bevölkerung gepaart mit der Frankenstärke führte dazu, dass die Schweizer Bevölkerung in den letzten Jahren ihre Ferien häufiger im Ausland verbrachte (hotelleriesuisse 2012).

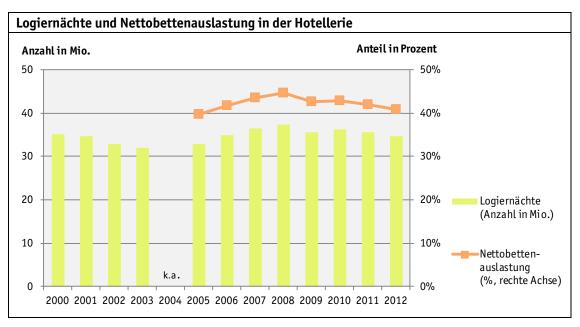
Gleichzeitig sind auch hausgemachte Faktoren für die schwierige Situation der Hotellerie verantwortlich. Die Schweizer Hotellerie ist geprägt durch ihre Kleinstruktur mit vergleichsweise kleinen Betriebsgrössen und teilweise wenig effizienten Kostenstrukturen. Die tiefe Rentabilität führte vielerorts dazu, dass notwendige Investitionen aufgeschoben wurden. Zersplitterte

Destinationsstrukturen erschweren die Vermarktung und damit die Positionierung im internationalen Wettbewerb (BAKBASEL 2010).

Um diesen Herausforderungen zu begegnen, sind effizientere Kostenstrukturen, hohe Produktivität und eine verstärkte Qualitätsorientierung notwendig. Der Strukturwandel ist aktiv anzugehen, neue Märkte und Nischen sind besser zu erschliessen und gleichzeitig ist die Rolle als wichtiger Arbeitgeber in den Regionen weiter zu gewährleisten.

Schwieriges Umfeld drückt auf Wirtschaftlichkeit

Auslastung, Rentabilität und Wertschöpfung sind zentrale Kenngrössen für die wirtschaftliche Entwicklung in der Hotellerie. Die Zahlen zeigen die schwierige wirtschaftliche Situation, in der sich die Hotellerie befindet. Die Anzahl Logiernächte und damit auch die Nettobettenauslastung sind in der langfristigen Betrachtung seit 2000 in etwa gleich hoch, seit 2008 aber rückläufig (Figur 14).



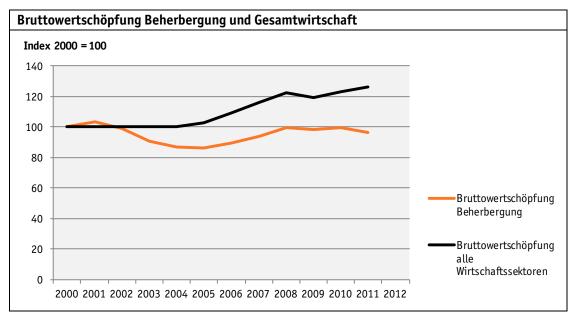
Figur 14 Entwicklung von Logiernächten und Nettobettenauslastung. Nettobettenauslastung: Anzahl Logiernächte dividiert durch die gesamte Nettobettenkapazität der betreffenden Periode (in Prozent). Die Nettobettenkapazität entspricht der Anzahl Betten eines Betriebes im Erhebungsmonat multipliziert mit der Anzahl Öffnungstage dieses Betriebes in dem Monat. Datenquelle: BFS 2013c, Beherbergungsstatistik HESTA.

Von diesem Rückgang waren insbesondere alpine Hotels stark betroffen (–13 Prozent), während die grossen Städte weiterhin etwa gleich viele Gäste beherbergen konnten (Bundesrat 2013, Die Volkswirtschaft 2013). Besonders die Hotelübernachtungen der Schweizer sind seit 2008 rück-

läufig, auch europäische Touristen blieben vermehrt weg. Demgegenüber konnten die Hotels in der Schweiz jedoch etwas vermehrt Gäste aus Asien, insbesondere aus China, beherbergen (UBS 2013). Kurz- oder mittelfristig zeichnet sich eine Entspannung der Nachfragesituation ab. Prognosen gehen davon aus, dass das Jahr 2013 die Trendwende brachte und sich der Aufholprozess 2014 fortsetzen dürfte (SECO 2013b).

Die durchschnittliche **Nettobettenauslastung**⁹ in der Beherbergung lag 2012 bei knapp 41 Prozent und damit etwas höher als 2005 (Figur 14). Seit 2008 sinkt die Auslastung. Gründe dafür sind zum einen die sinkende Zahl der Logiernächte, zum anderen der leichte Ausbau der Nettobettenkapazitäten. Betriebe in grossen Städten, so etwa in der Region Zürich und Genf, waren mit einer Nettobettenauslastung von rund 50 Prozent weitaus besser ausgelastet als Betriebe in Bergregionen wie etwa in Graubünden oder im Berner Oberland mit rund 40 bzw. 44 Prozent (BFS 2013c).

Die Wertschöpfung und die Arbeitsproduktivität sind wichtige Kenngrössen für die Leistungsfähigkeit einer Branche. Die **Bruttowertschöpfung der Beherbergung** hat in der langfristigen Betrachtung stagniert, während jene der Gesamtwirtschaft zwischen 2000 und 2011 um 26 Prozent zugelegt hat (Figur 15).

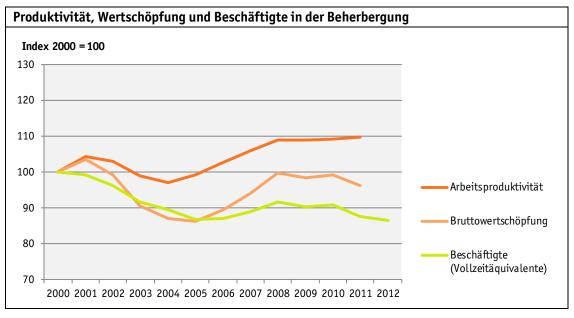


Figur 15 Entwicklung der Bruttowertschöpfung in der Beherbergung und bei allen Wirtschaftssektoren (Index 2000 = 100). Datenquelle: BFS 2013d, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, Produktionskonto.

⁹ Nettobettenauslastung bezeichnet die Anzahl Logiernächte dividiert durch die gesamte Nettobettenkapazität der betreffenden Periode, in Prozenten ausgedrückt.

Die unterdurchschnittliche Entwicklung in der Beherbergung ist durch verschiedene Faktoren verursacht. Die Bruttowertschöpfung ist 2001 stark eingebrochen – ausgelöst durch eine schwache Weltwirtschaft, die Aufwertung des Schweizer Frankens, 9/11 und die Lungenkrankheit SARS. Von diesem Rückgang erholte sich die Beherbergung erst ab 2004. Seit 2008 stagnieren die Zahlen wieder, bedingt vor allem durch die Weltrezession 2008/2009 und die starke Aufwertung des Schweizer Frankens ab April 2011 (hotelleriesuisse 2012). Hinzu kommen die strukturellen Defizite wie etwa die ungenügende Rentabilitätssituation. So ist zwischen 2009 und 2012 auch der Bruttobetriebsgewinn in 160 ausgewählten Betrieben (ERFA-Gruppen hotelleriesuisse) zurückgegangen. Der Bruttobetriebsgewinn (Gross Operating Profit [GOP]) berücksichtigt den Unternehmenlohn und den Unterhalt und stellt den eigentlichen Massstab für die Leistung der Unternehmensführung und für die operative Ertragskraft eines Betriebes dar. In der Hotellerie ist der Bruttobetriebsgewinn von 2009 bis 2012 analog zu den anderen Zahlen zur wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit zurückgegangen. Längere vergleichbare Datenreihen liegen nicht vor (hotelleriesuisse: Jahrbuch der Schweizer Hotellerie, Ausgaben 2009–2013).

Die **Arbeitsproduktivität** des Gastgewerbes ist in der Schweiz – wie in den meisten Ländern – deutlich geringer als diejenige der Gesamtwirtschaft. Dies liegt unter anderem daran, dass die Leistung direkt beim Gast erbracht wird und Rationalisierungen wie in anderen Branchen kaum möglich sind (BAKBASEL 2010). Figur 16 zeigt die Entwicklung von Arbeitsproduktivität, Bruttowertschöpfung und Beschäftigung in der Beherbergung auf.

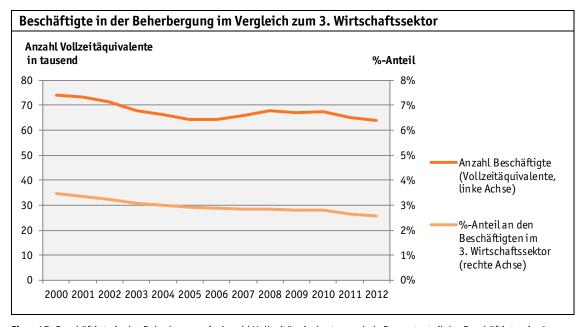


Figur 16 Produktivität, Wertschöpfung und Beschäftigte in der Beherbergung: indexierte Entwicklung. Datenquellen: BFS 2012a, Beschäftigungsstatistik BESTA und BFS 2013d, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, Produktionskonto.

Die Arbeitsproduktivität ist seit einem Tiefpunkt im Jahr 2004 wieder leicht angestiegen, verursacht durch die wachsende Bruttowertschöpfung und die seit 2004 mehr oder weniger gleichbleibenden Beschäftigtenzahlen. Verglichen mit anderen Branchen ist damit nicht nur das Niveau, sondern auch die Entwicklung der Produktivität unterdurchschnittlich (BAKBASEL 2010).

Stagnierende Beschäftigung

Die Hotellerie ist eine sehr beschäftigungsintensive Branche. Im Jahr 2012 beschäftigte die Schweizer Hotellerie 64 000 Vollzeitäquivalente 10, das sind 2,6 Prozent der Beschäftigten im tertiären Wirtschaftssektor (hotelleriesuisse 2013a). Neben der hohen Beschäftigungswirkung im Allgemeinen schafft die Hotellerie insbesondere auch in strukturschwachen Randregionen und für Personen mit tiefem Bildungsstand Beschäftigungsmöglichkeiten. Seit dem Jahr 2000 sind die Beschäftigtenzahlen in der Beherbergung fast kontinuierlich zurückgegangen (Figur 17).

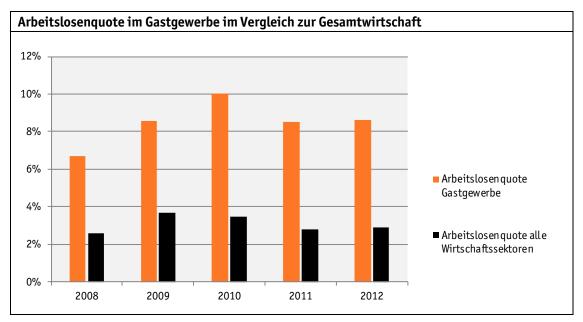


Figur 17: Beschäftigte in der Beherbergung in Anzahl Vollzeitäquivalenten und als Prozentanteil der Beschäftigten im 3. Wirtschaftssektor. Datenquelle: BFS 2012a: Beschäftigungsstatistik BESTA.

¹⁰ Die Beschäftigung in Vollzeitäquivalenten entspricht den geleisteten Arbeitsstunden dividiert durch das Jahresmittel der durch Vollzeitbeschäftigte erbrachten Arbeitsstunden.

Von 74 000 Vollzeitäquivalenten im Jahr 2000 sind die Beschäftigtenzahlen auf 64 000 Vollzeitäquivalente im Jahr 2012 gesunken. Damit hat auch der volkswirtschaftliche Stellenwert der Beherbergung abgenommen. Grund dafür sind die Restrukturierungen im Gastgewerbe als Folge der verhaltenen Entwicklung der touristischen Nachfrage sowie die erzielten Produktivitätssteigerungen und Kosteneinsparungen (Die Volkswirtschaft 2007).

Die Arbeitslosenquote für das Gastgewerbe (Beherbergung und Gastronomie) liegt 2012 mit 8,6 Prozent nach einem temporären Anstieg wieder etwa auf dem Niveau von 2009 (8,6 Prozent) (Figur 18).

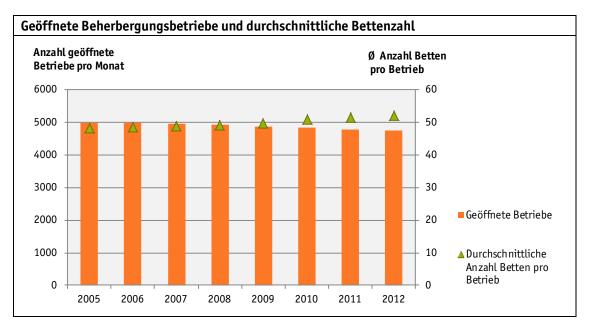


Figur 18 Arbeitslosenquote Gastgewerbe und Arbeitslosenquote aller Schweizer Wirtschaftssektoren, Angabe in % der Erwerbstätigen. Datenquellen: Gastgewerbe: SECO 2012, NOGA-Quoten_2008-2009 und NOGA-Quoten_2010-2012; E-Mail von Frau Franziska Winkler, LAMDA-Helpdesk. Alle Wirtschaftssektoren: SECO 2013a: Die Lage auf dem Arbeitsmarkt.

Damit hat sich die Arbeitslosenquote im Gastgewerbe ähnlich entwickelt wie diejenige aller Schweizer Wirtschaftssektoren, wenn auch auf deutlich höherem Niveau. Schweizweit lag die Arbeitslosenquote 2012 bei lediglich 2,9 Prozent. Die schwierige wirtschaftliche Lage des Gastgewerbes in den letzten Jahren bildet sich in den Arbeitslosenzahlen ab.

Strukturwandel schreitet voran

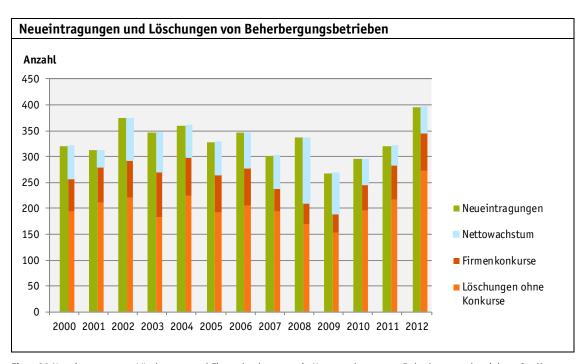
Die Hotellerie ist seit den 90er-Jahren einem massiven Strukturwandel unterworfen: Die Anzahl der Hotel- und Kurbetriebe sank seit 1992 um 19 Prozent und liegt heute bei 5 257 Betrieben (hotelleriesuisse 2013a). Gleichzeitig geht der Trend hin zu grösseren Betrieben weiter (Figur 19).



Figur 19 Anzahl geöffnete Beherbergungsbetriebe pro Monat und durchschnittliche Anzahl Betten pro Beherbergungsbetrieb. Datenquelle: BFS 2013c, Beherbergungsstatistik HESTA.

Rückgänge der Anzahl Betriebe hatten Bergregionen, Landregionen und kleine Städte zu verzeichnen, während die grossen Städte ihr Angebot steigern konnten (hotelleriesuisse 2013a). 2012 verfügten die Hotels über durchschnittlich 52 Betten, während es im Jahr 2005 erst 49 Betten waren. Am höchsten sind die Betriebsgrössen in grossen Städten mit 111 Betten, während sie in Landregionen deutlich tiefer sind (hotelleriesuisse 2013a). Angesichts der Herausforderungen, kleine Betriebe rentabel zu betreiben, ist der Trend in Richtung grössere Bettenzahlen positiv zu bewerten. Kleine Betriebe generieren deutlich unterdurchschnittliche Erträge pro Logiernacht und die Auslastung ist in solchen Betrieben oft tief. Die tiefe Rentabilität hat zur Folge, dass langfristig nötige Ersatzinvestitionen nicht getätigt und nötige Innovationen erschwert werden (Bundesrat 2013) (siehe Kapitel «Bauinvestitionen ziehen an»).

Ergänzend zu den Betriebszahlen weist die **Anzahl von Neueintragungen und Löschungen** auf den fortschreitenden Strukturwandel hin (Figur 20).



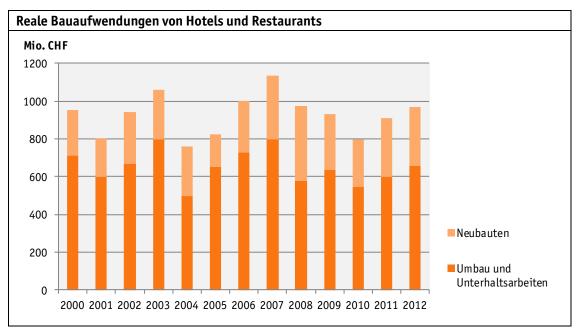
Figur 20 Neueintragungen, Löschungen und Firmenkonkurse sowie Nettowachstum von Beherbergungsbetrieben. Quelle: Schweizerischer Verband Creditreform SVC.

Trotz der strukturellen Herausforderungen sind im gesamten Betrachtungszeitraum mehr Hotels eröffnet als geschlossen worden. Das Nettowachstum hat sich zwischen 2008 und 2011 etwas abgeschwächt, 2012 jedoch wieder leicht erholt. Insgesamt liegen die Neueintragungen und Löschungen in der Hotellerie tiefer als im Durchschnitt aller Branchen (BAKBASEL 2010).

Die Hotellerie ist weiter gefordert, die Nachfrageentwicklungen zu antizipieren und die Branchenstruktur entsprechend den Marktbedürfnissen anzupassen. So wird es beispielsweise als entscheidend angesehen, dass auch in Zukunft (in der Regel grössere) Erstklass- und Luxushotels gebaut werden, weil diese eine wichtige Leadfunktion in den Destinationen innehaben und in der Regel bessere betriebswirtschaftliche Kennzahlen erreichen als der Durchschnitt der Hotels. Für kleine Hotels bieten sich Kooperationen an, welche einen positiven Einfluss auf die Kosteneffizienz haben können (Die Volkswirtschaft 2013).

Bauinvestitionen ziehen an

Bau- und Erneuerungsinvestitionen sind notwendig, um die Qualität der Leistungen aufrechtzuerhalten bzw. ständig zu verbessern. Nur durch regelmässige Investitionen kann das Fortbestehen der Hotelbetriebe langfristig gesichert werden. Die realen Bauaufwendungen in der Schweizer Hotellerie entwickeln sich sehr volatil, da einzelne Grossprojekte einen sehr grossen Einfluss auf die Gesamtentwicklung der Bauinvestitionen haben (BAKBASEL 2012) (Figur 21).



Figur 21 Quelle: BAKBASEL 2012.

Ab dem Jahr 2000 schwankten die Bauaufwendungen in Hotels und Restaurants zwischen rund 800 Mio. und 1,1 Mrd. CHF. Seit 2010 ist wieder eine Aufwärtstendenz feststellbar. Zirka zwei Drittel entfallen jeweils auf Umbauten und Unterhaltsarbeiten. Tourismusprognosen gehen für die nächsten Jahre von einer anziehenden ausländischen Nachfrage aus, was auch die Investitionsbereitschaft der Unternehmen erhöhen dürfte (SECO 2013b). Unklar ist allerdings, inwieweit sich die wegfallenden Möglichkeiten von Querfinanzierungen über den Zweitwohnungsbau negativ auf die Hotelbauinvestitionen auswirken werden (BAKBASEL 2012).

5. GESELLSCHAFT

Resultate in der Übersicht

Die Hotellerie muss verschiedenste gesellschaftliche Bedürfnisse unter einen Hut bringen: Den Gästen ein vielfältiges, zahlbares Angebot bereitstellen, faire Arbeitsbedingungen und Ausbildungsmöglichkeiten für die Mitarbeitenden bieten und möglichst auch einen gesellschaftlichen Beitrag für die Region leisten. Ein grosses Spannungsfeld, mit dem die Hotellerie umzugehen hat.

Die Entwicklungen im gesellschaftlichen Bereich zeigen ein gemischtes Bild. Die Beziehung zu den Mitarbeitenden ist geprägt durch das schwierige wirtschaftliche Umfeld, das wenig Spielraum für Verbesserungen zulässt. Dennoch lassen sich etwa bei den Löhnen auch leicht positive Entwicklungen ausmachen. Die Arbeitsbelastung durch lange Arbeitstage und andere Faktoren scheint dagegen eher zugenommen zu haben. Bei einigen Kenngrössen wie z. B. den Weiterbildungsaktivitäten und der beruflichen Stellung nach Geschlecht ist die Entwicklung unklar, da keine Datenreihen vorliegen.

Was die Beziehungen zu den Gästen und die regionale Verankerung der Hotellerie betrifft, lässt sich aufgrund der Daten keine klare Entwicklung erkennen. Für viele wichtige Aspekte wie etwa die Gästezufriedenheit, der kulturelle Beitrag der Hotellerie und die Zusammenarbeit mit weiteren touristischen Leistungserbringern in den Regionen sind ebenfalls keine übergeordneten Daten verfügbar. Die hier verwendeten Daten sind deshalb als selektive Informationen zu verstehen, die nur einen kleinen Teil des Gesamtbildes abzubilden vermögen.

Tabelle 3 zeigt eine Übersicht über die verfügbaren Kenngrössen im Bereich Gesellschaft und deren Entwicklungstrends.

Entwicklungen im gesellschaftlichen Bereich	Trend seit 2008
Bildung	
› neu abgeschlossene Lehrverhältnisse in der Hotellerie	8
Arbeitsbedingungen	
 Mittelwert Mindestlöhne der Stufen Ia, IIIa und IV gemäss Gesamtarbeitsvertrag im Gastgewerbe (L-GAV) 	
> monatlicher Bruttolohn Beherbergung	<u> </u>
> Überstundenquote Gastgewerbe	<u> </u>
Gesundheit	
> Berufsunfälle pro Jahr in der Beherbergung	<u> </u>
Absenzenquote Gastgewerbe	<u> </u>
Diversität/Chancengleichheit	
› Lohnunterschiede zwischen Frauen und Männern in der Beherbergung	۵

Tabelle 3 Entwicklung der Indikatoren für Gesellschaft in Richtung nachhaltige Entwicklung, dargestellt durch Wettersymbole. Sonne mit Wolke: konstanter oder leicht positiver Trend; zwei Wolken: leicht negativer Trend; Regenwolke: negativer Trend.

Die gesellschaftlichen und sozialen Herausforderungen

Die Hotellerie spielt eine wichtige Rolle in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen in den Regionen. Sie interagiert mit einer Vielzahl von Akteursgruppen, insbesondere mit den Gästen, den Mitarbeitenden, den Lieferanten und der Bevölkerung vor Ort. Sie bietet nicht verlagerbare Arbeitsplätze in den Regionen, schafft lokale Wertschöpfung und trägt zur Sicherung der Lebensqualität der dort lebenden Bevölkerung bei. Und sie kann als Teil der Tourismusindustrie Entwicklungsimpulse auslösen, kulturelle Angebote fördern, die nicht nur den Gästen, sondern auch der lokalen Bevölkerung zugutekommen.

Als wichtige Arbeitgeberin vor allem in Tourismusregionen hat die Hotellerie eine besondere Verantwortung gegenüber ihren Mitarbeitenden. Ein gesundes Arbeitsumfeld, faire Löhne, gleiche Chancen für Frau und Mann und gute Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten sind wichtige Aspekte einer fairen Arbeitsbeziehung. Gleichzeitig sind gute Arbeitsbedingungen auch eine Voraussetzung, um langfristige Mitarbeiterbeziehungen aufzubauen, qualifizierte Arbeitskräfte zu behalten und damit eine hohe Qualität der Leistungen sicherzustellen.

Weiter schafft die Hotellerie als Teil der Tourismuswirtschaft Erholungs- und Freizeitangebote und kann damit einen Beitrag zu Gesundheit und Wohlbefinden der Gäste leisten. Die Anspruchshaltung der Gäste ist gestiegen und die Verhaltensmuster ändern sich durch die zunehmende Individualisierung (SECO 2010). Auf die individuellen Gästebedürfnisse eingehen, sich

spezialisieren und soweit möglich auch auf die Bedürfnisse von Familien, Kindern oder Gruppen mit geringerer Kaufkraft Rücksicht nehmen sind deshalb permanente Aufgaben der Hotellerie. All diesen Anspruchsgruppen gerecht zu werden, ist komplex und erfordert ein differenziertes Abwägen der unterschiedlichen Bedürfnisse.

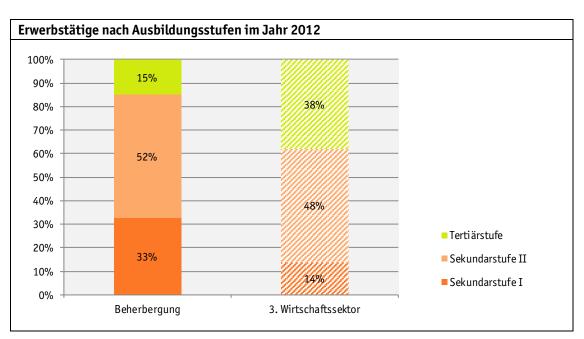
Bildung als Basis für Qualität in der Schweizer Hotellerie

Qualifizierte Arbeitskräfte sind die Basis für den Unternehmenserfolg und damit für einen qualitativ hochstehenden nachhaltigen Tourismus (Rütter/IDT-HSG 2004). Der Tourismus bekundet oft Mühe, genügend qualifizierte Arbeitskräfte anzuziehen, unter anderem wegen der unregelmässigen Arbeitszeiten, der Saisonalität und den beschränkten Aufstiegschancen (SECO 2010). Um hier Gegensteuer zu geben, ist ein gutes Ausbildungsniveau, die Ausbildung von Lehrlingen und eine kontinuierliche Weiterbildung der Mitarbeitenden entscheidend.

Die Sozialpartner des Gastgewerbes¹¹ setzen im L-GAV (Gesamtarbeitsvertrag im Schweizer Gastgewerbe) einen Schwerpunkt in der Aus- und Weiterbildung. Die Ausbildung sowie der Lohnersatz während der Teilnahme an Aus- und Weiterbildungslehrgängen werden weitgehend durch Vollzugskostenbeiträge des L-GAV und kantonale Subventionen bezahlt. Damit stellen die Sozialpartner sicher, dass sich Bildung im Schweizer Gastgewerbe lohnt (L-GAV 2011).

Das **Ausbildungsniveau** in der Beherbergung ist insgesamt tiefer als im tertiären Sektor. Ein Drittel aller Erwerbstätigen in der Beherbergung verfügen über keine berufliche Grundausbildung oder eine höhere Berufsbildung, haben also ausschliesslich die obligatorische Schule (Sekundarstufe I) abgeschlossen (Figur 22).

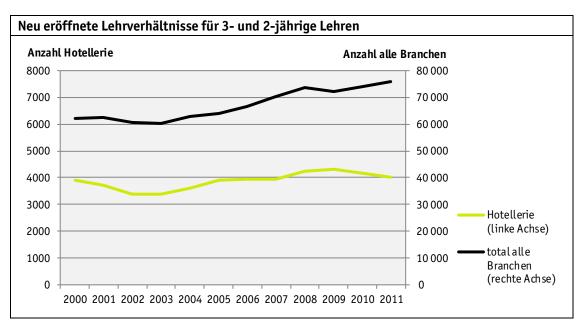
¹¹ Die sechs Sozialpartner des L-GAV sind Hotel & Gastro Union, Unia, Syna, GastroSuisse, hotelleriesuisse, SwissCatering-Association (SCA).



Figur 22: Sekundarstufe I: obligatorische Schule (Oberstufe);
Sekundarstufe II: Gymnasium, Fachmittelschule, berufliche Grundbildung (Lehre), Berufsmatur;
Tertiärstufe: höhere Berufsbildung (führen zu eidgenössischen Fachausweisen und Diplomen) und Hochschulen (universitäre Hochschulen, Fachhochschulen). Quelle: BFS 2013b, Schweizerische Arbeitskräfteerhebung (SAKE).

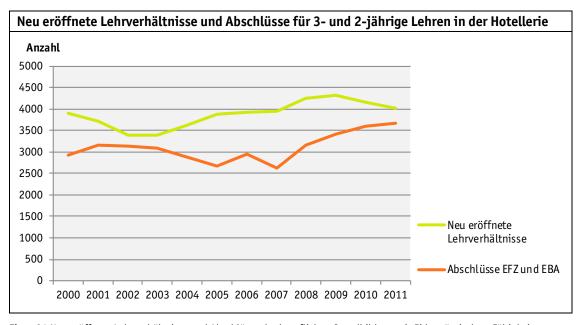
Damit verfügt die Beherbergung über weniger ausgebildete Fachkräfte als der Durchschnitt des tertiären Wirtschaftssektors, in dem 86 Prozent der Erwerbstätigen die Sekundarstufe II oder die Tertiärstufe abgeschlossen haben. Die vergleichsweise tiefen Bildungsanforderungen an Mitarbeitende verleihen der Branche eine wichtige Funktion bei der Beschäftigung von Personen mit tiefem Bildungsstand: Im Gastgewerbe arbeitet ein überdurchschnittlich hoher Anteil an Frauen, ausländischen und jungen Arbeitskräften (BFS 2013b).

Die neu abgeschlossenen Lehrverhältnisse für 3- und 2-jährige Lehren in der Hotellerie sind Ausdruck verschiedener Faktoren: demografische Entwicklungen, die Bestrebungen der Branche, junge Berufsleute auszubilden, aber auch das Interesse der Schulabgängerinnen und Schulabgänger für das Gastgewerbe (Figur 23). Im langfristigen Vergleich seit 2000 haben die neu abgeschlossenen Lehrverhältnisse um 3,5 Prozent zugenommen (hotelleriesuisse 2013a). Damit liegt die Hotellerie diesbezüglich unter dem Durchschnitt aller Branchen, die im selben Zeitraum 21,5 Prozent mehr Lehrverhältnisse abschliessen konnten. Weiter ist festzustellen, dass seit 2008 eher die 2-jährigen Lehren zulegen konnten, während die 3-jährigen Lehren etwas an Attraktivität verloren. Die Bestrebungen im Nachwuchsmarketing konnten bisher noch keine Trendumkehr bewirken.



Figur 23 Neu eröffnete Lehrverhältnisse für 3- und 2-jährige Lehren in der Hotellerie und für alle Branchen der Schweiz. Quelle: hotelleriesuisse 2013a, BFS.

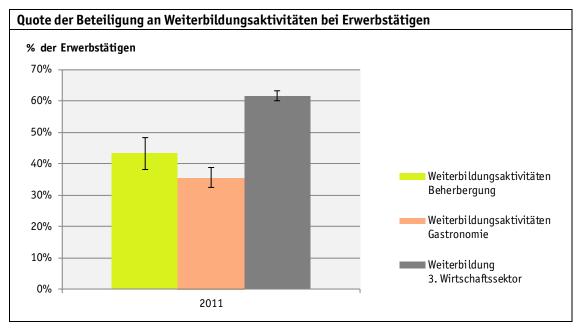
Pro Jahr werden in der Hotellerie weniger 3- und 2-jährige Lehren mit Eidgenössischem Fähigkeitszeugnis (EFZ) bzw. Eidgenössischem Berufsattest (EBA) abgeschlossen, als neue Lehrverhältnisse eröffnet werden. Die Zahlen haben sich aber wieder angenähert und auch die Anzahl Abschlüsse hat wieder zugenommen (Figur 24).



Figur 24 Neu eröffnete Lehrverhältnisse und Abschlüsse der beruflichen Grundbildung mit Eidgenössischem Fähigkeitszeugnis (EFZ) und der beruflichen Grundbildung mit Eidgenössischem Berufsattest (EBA) für 3- und 2-jährige Lehren in der Hotellerie.

Nebst der beruflichen Grundausbildung und der höheren Berufsbildung spielen permanente Weiterbildungsmöglichkeiten eine wichtige Rolle, um ein hohes Bildungsniveau zu gewährleisten. Möglichkeiten bieten Lernaktivitäten ausserhalb des formalen Bildungssystems, beispielsweise Kurse, Konferenzen, Seminare oder Privatunterricht. In der Beherbergung liegt die **Quote der Beteiligung an Weiterbildungsaktivitäten** 12 bei Erwerbstätigen im Alter von 25 bis 64 Jahren im Jahr 2011 bei 43 Prozent (Figur 25). Damit liegt die Beteiligungsquote höher als in der Gastronomie, aber einiges tiefer als im tertiären Wirtschaftssektor mit rund 62 Prozent.

Abschlüsse des Nachdiploms HF zum Dipl. Hotelmanager (NDS) gibt es pro Jahr um die 20, 2011 waren es 24.



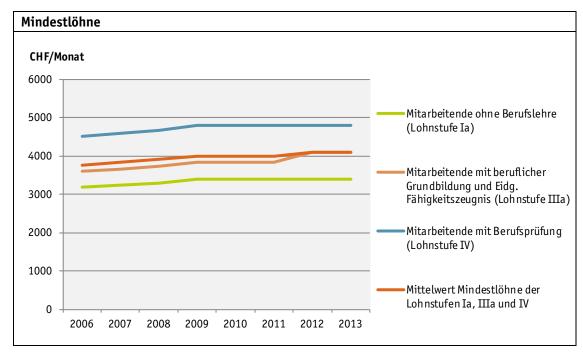
Figur 25 Quote der Beteiligung an Weiterbildungsaktivitäten bei Erwerbstätigen in Beherbergung, Gastronomie und tertiärem Wirtschaftssektor, die an mindestens einer Weiterbildung teilgenommen haben. Angabe für das Jahr 2011, jeweils mit 95 Prozent Vertrauensintervall. Quelle: Mikrozensus Aus- und Weiterbildung, BFS.

¹² Weiterbildungsaktivitäten werden auch als nichtformale Bildung bezeichnet. Dazu gehören Konferenzen, Seminare, Kurse, Privatunterricht. Nachdiplomstudiengänge werden vom BFS zurzeit noch als Teil der formalen Bildung behandelt und sind hier nicht berücksichtigt. Mit dem geplanten Weiterbildungsgesetz sollen Nachdiplomstudien künftig als Teil der Weiterbildung erfasst werden.

Arbeitsbedingungen trotz schwierigem Umfeld gehalten

Gute Arbeitsbedingungen, angemessene Löhne und Arbeitszeiten, ein hohes Gesundheits- und Sicherheitsniveau am Arbeitsplatz sind zentral für die Rekrutierung, die Zufriedenheit und somit auch für die Qualität des Personals. Gerade weil die Hotellerie sehr personalintensiv und die Zufriedenheit der Mitarbeitenden für die Gäste oft direkt spürbar ist, sind faire Arbeitsbedingungen ein wichtiger Pfeiler für die Qualität der Leistungen und den langfristigen Unternehmenserfolg. Da die Arbeitskräfte ortsgebunden und die Leistungserbringung sehr beschäftigungsintensiv sind, ist es wichtig, diese trotz hohem internationalem Konkurrenzdruck und schwierigem wirtschaftlichem Umfeld hochzuhalten.

Mindestlöhne sind gerade in Branchen mit einem tiefen Lohnniveau ein wichtiges Instrument, um Niedriglöhne zu vermeiden und innerhalb der Branche ein vergleichbares Lohnniveau zu erreichen. Der Landes-Gesamtarbeitsvertrag des Gastgewerbes legt die Mindestlöhne für verschiedene Ausbildungsstufen fest. Sie sind seit Jahren etwa konstant (Figur 26).



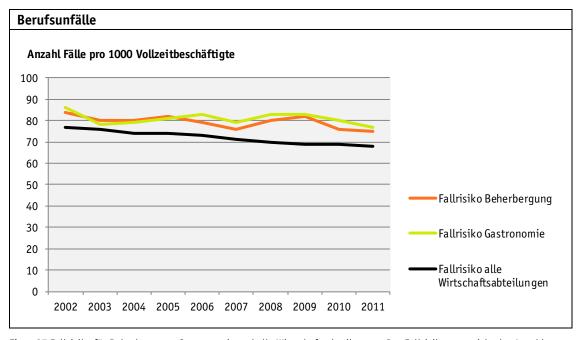
Figur 26 Mindestlöhne für die Lohnstufen Ia (Mitarbeitende ohne Berufslehre), IIIa (Mitarbeitende mit beruflicher Grundbildung und Eidgenössischem Fähigkeitszeugnis) und IV (Mitarbeitende mit Berufsprüfung) gemäss Gesamtarbeitsvertrag im Gastgewerbe (L-GAV) sowie Mittelwert der drei Stufen. Quelle: Gesamtarbeitsvertrag des Schweizer Gastgewerbes.

Da seit 2012 der volle 13. Monatslohn gilt und die Teuerung der Jahre 2009 bis 2012 per 2014 ausgeglichen wird (Medienmitteilung der Sozialpartner zu den Mindestlöhnen 2013), sind die Mindestlöhne etwas höher einzustufen.

Der durchschnittliche **monatliche Bruttolohn** in der Beherbergung verändert sich dagegen nur leicht. Zwischen 2008 und 2010 ist er um etwa 2 Prozent auf 4 024 CHF gestiegen, neuere Zahlen sind nicht verfügbar (BFS, Schweizerische Lohnstrukturerhebung LSE)¹³.

Beinahe unverändert ist die **Überstundenquote** im Gastgewerbe, d. h. die nicht kompensierten Überstunden in Prozent der jährlichen Normalarbeitszeit Gastgewerbe (Beherbergung und Gastronomie). Sie lag in den Jahren 2008 bis 2012 immer um etwa 2 Prozent (BFS 2012a) und damit unter dem Durchschnitt aller Wirtschaftsbranchen.

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz manifestieren sich durch verschiedene quantitative Kenngrössen, wie etwa die Anzahl der Berufsunfälle oder die Absenzenquote. Die Zahl der **Berufsunfälle** nimmt in der langfristigen Betrachtung in allen Branchen, so auch in der Beherbergung, erfreulicherweise ab (Figur 27).



Figur 27 Fallrisiko für Beherbergung, Gastronomie und alle Wirtschaftsabteilungen: Das Fallrisiko entspricht der Anzahl neu registrierter, anerkannter Berufsunfälle pro 1000 Vollbeschäftigte (inkl. Betriebskrankheiten). Quelle: Statistik der Unfallversicherung UVG.

Seit 2002 ist das Fallrisiko, also die Anzahl neu registrierter, anerkannter Berufsunfälle pro 1000 Vollzeitbeschäftigte in der Beherbergung von 84 Fällen auf 75 Fälle im Jahr 2011 gesunken. Damit sind etwas weniger Berufsunfälle zu verzeichnen als in der Gastronomie, aber mehr als im Durchschnitt aller Wirtschaftssektoren (Statistik der Unfallversicherung UVG).

¹³ Alle Anforderungsprofile, inkl. Arbeitnehmerbeiträge an die Sozialversicherung, 13. Monatslohn usw.

Die **Absenzenquote**, also die jährliche Dauer der Absenzen in Prozent der jährlichen Normalarbeitszeit, ist ein Mass für die physische und psychische Gesundheit der Mitarbeitenden. Die Absenzenquote im Gastgewerbe verändert sich seit Jahren nur wenig und beträgt 2012 3,3 Prozent. Damit liegen die gesundheitsbedingten Absenzen leicht tiefer als im Durchschnitt aller Wirtschaftssektoren (BFS 2012a). Für die Beherbergung liegen keine gesonderten Daten vor.

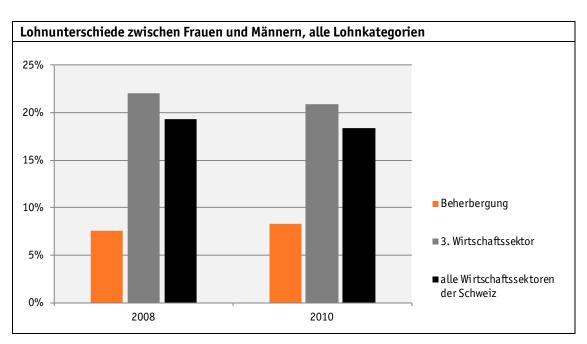
Chancengleichheit als Grundanforderung in einer heterogenen Branche

Die Zusammensetzung der Beschäftigten in der Hotellerie zeichnet sich durch eine hohe Vielfalt aus. Die Hotellerie beschäftigt überdurchschnittlich viele Frauen, ausländische Arbeitskräfte und Personen mit unterschiedlichem Bildungsstand. Der Frauenanteil der Beschäftigten in der Hotellerie liegt mit 56 Prozent höher als bei den übrigen Dienstleistungen mit 52 Prozent (hotelleriesuisse 2013a). Der Anteil an ausländischen Arbeitskräften im Schweizer Gastgewerbe ist mit 44 Prozent fast doppelt so hoch wie der Durchschnitt des tertiären Sektors (BFS 2013b). Und das vergleichsweise tiefe Ausbildungsniveau (siehe Kapitel Bildung) ist auch ein Zeichen dafür, dass die Hotellerie in der Lage ist, Personen mit tiefem Bildungsstand Beschäftigungsmöglichkeiten anzubieten, und damit eine wichtige soziale Funktion wahrnimmt.

Gerade aufgrund dieser vielfältigen Beschäftigtenstruktur sind Chancengleichheit, Aufstiegsmöglichkeiten und Gleichbehandlung von Frauen und Männern eine wichtige Grundvoraussetzung für stabile und faire Arbeitsbeziehungen.

Wie im gesamten tertiären Wirtschaftssektor sind **Frauen** auch in der Beherbergung weniger in **Vorgesetztenfunktionen** vertreten als Männer. In Positionen ohne Vorgesetztenfunktion arbeiten dagegen deutlich mehr Frauen als Männer (BFS 2013b). Arbeiten in unteren beruflichen Positionen mit einer niedrigen Entlöhnung werden hauptsächlich von Frauen erbracht.

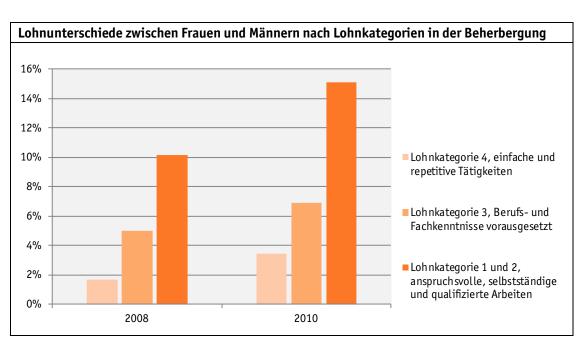
Unterschiede zwischen den Geschlechtern sind auch in der Entlöhnung feststellbar. Die **Lohnunterschiede** zwischen Frauen und Männern in der Beherbergung sind vergleichsweise gering, haben aber in den letzten Jahren zugenommen, nämlich von 7,5 Prozent im 2008 auf 8,3 Prozent im Jahr 2010 (Figur 28).



Figur 28 Durchschnittliche Lohnunterschiede zwischen Frauen und Männern in der Beherbergung, im tertiären Wirtschaftssektor und in allen Wirtschaftssektoren der Schweiz. Die Lohnunterschiede zwischen Frauen und Männern sind berechnet aus der Differenz der monatlichen Bruttolöhne der Frauen im Verhältnis zum monatlichen Bruttolohn der Männer. Quelle: BFS, Schweizerische Lohnstrukturerhebung für 2008 und 2010. Die Daten 2012 sind erst im 2. Quartal 2014 verfügbar.

Die Entwicklung verläuft entgegen dem Trend in anderen **Wirtschaftssektoren**, wo die Lohnunterschiede viel höher, aber in diesem kurzen Zeitraum gesunken sind.

Innerhalb der Beherbergung sind in allen Lohnkategorien zunehmende Lohnunterschiede festzustellen, am meisten jedoch in höheren Lohnkategorien mit anspruchsvollen, schwierigen Arbeiten und selbstständigen, qualifizierten Arbeiten (Figur 29). Da erst Mitte 2014 neue Daten zu den Lohnunterschieden erscheinen, ist zurzeit nicht ersichtlich, ob es sich hier um einen längerfristigen Trend handelt oder ob sich die Entwicklung den anderen Branchen und Wirtschaftssektoren annähert.

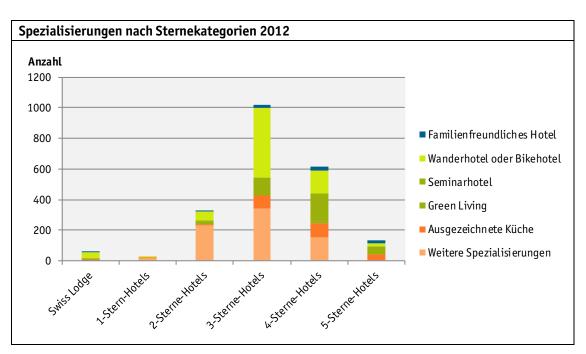


Figur 29 Lohnunterschiede zwischen Frauen und Männern unterteilt nach Lohnkategorien in der Beherbergung. Quelle: BFS, Schweizerische Lohnstrukturerhebung für 2008 und 2010.

Vielfalt für vielfältige Gäste

So vielfältig wie die Gäste sind auch deren Wünsche und Erwartungen an die Hotellerie. Erholungssuchende, Geschäftsreisende, Kulturinteressierte oder Familien haben unterschiedliche Bedürfnisse und unterschiedliche finanzielle Möglichkeiten. Ein insgesamt vielfältiges Angebot, das den unterschiedlichen Gästesegmenten und den individuellen Bedürfnissen und Möglichkeiten Rechnung trägt, ist deshalb nicht nur aus qualitativen, sondern auch aus gesellschaftlichen Überlegungen wichtig.

Die Vielfalt des Angebots und die Zufriedenheit der Gäste mit diesem Angebot lassen sich mit quantitativen Informationen nur schlecht abbilden. Als Hilfsgrösse für Vielfalt des Angebots dienen die **Spezialisierungen in verschiedenen Sternekategorien** (Figur 30). Spezialisierungskategorien erleichtern dem Gast die Auswahl eines Hotels, indem sie Hinweise auf Charakter, Ausrichtung auf ein bestimmtes Gästesegment und Infrastruktur eines Hotels geben. Je grösser die Vielfalt und Spezialisierung in den einzelnen Preisklassen ist, desto eher kann diese Vielfalt von Gästen mit unterschiedlichen finanziellen Möglichkeiten genutzt werden.



Figur 30 Vorkommen von ausgewählten Spezialisierungen in den Sternekategorien sowie bei der Basiskategorie «Swiss Lodge». Datenquelle: hotelleriesuisse 2013b, Michèle Luzi.

In allen Sternekategorien gibt es eine Auswahl an Hotels mit unterschiedlichen Spezialisierungen. Am meisten Spezialisierungen gibt es in 3- und 4-Sterne-Hotels. Dies korrespondiert mit der Tatsache, dass dort auch am meisten Betriebe vorzufinden sind. In der Basiskategorie «Swiss Lodge» und in 1-Stern-Hotels ist die Vielfalt geringer; Familienhotels beispielsweise sind kaum vertreten. Seit 2008 haben die an Hotelbetriebe vergebenen Spezialisierungen von 1854 im Jahr 2008 um 20 Prozent zugenommen und umfassen derzeit 2216 Spezialisierungen (hotelleriesuisse 2013b, Michèle Luzi). Dies kann dahingehend interpretiert werden, dass das Angebot insgesamt vielfältiger und breiter geworden und spezifischer auf individuelle Gästebedürfnisse zugeschnitten ist.

Die Hotellerie bietet den Gästen nicht nur vielfältige Angebote, sondern spielt auch eine wichtige Rolle in der **Förderung von Kultur in den Regionen.** Ein gutes kulturelles Angebot ist nicht nur ein Gästebedürfnis und ein Qualitätsmerkmal einer Tourismusregion, sondern es trägt auch zur Lebensqualität der Bevölkerung in Standortregionen bei. Das kulturelle Engagement der Hotellerie in den Regionen kann nur indirekt abgebildet werden. Das Label «ibex fairstay» (ehemals Steinbocklabel) zeichnet Beherbergungsbetriebe aus, die unter anderem auch einen kulturellen Beitrag in den Regionen leisten, indem sie die Gäste aktiv über kulturelle Anlässe in der Region informieren. Seit 2002, als das Steinbocklabel (heute «ibex fairstay») erstmals vergeben wurde, ist die Anzahl zertifizierter Hotels auf 53 Betriebe im Jahr 2013 gestiegen.

6. NACHHALTIGKEIT ALS TEIL DER UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Resultate in der Übersicht

Nachhaltige Unternehmensführung und Bestrebungen zur Verbindung von Qualität und Nachhaltigkeit sind in den letzten Jahren wichtiger geworden. Dennoch integrieren erst einzelne Betriebe Nachhaltigkeitsaspekte umfassend und systematisch in ihre Geschäftstätigkeit.

Obwohl nachhaltige Unternehmensführung schon seit Jahren in vielen Branchen weitverbreitet ist, wird diese in der Hotellerie noch nicht auf breiter Basis praktiziert. Die Zahlen lassen darauf schliessen, dass erst wenige Betriebe systematisch ökonomische, gesellschaftliche und ökologische Aspekte in ihre Geschäftstätigkeiten und Abläufe integrieren und Abwägungen zwischen den drei Nachhaltigkeitsdimensionen vornehmen. In Nischenbereichen ist aber ein Trend, wenn auch noch auf tiefem Niveau, hin zu mehr Nachhaltigkeit und mehr Kommunikation der Nachhaltigkeitsleistungen zu erkennen. Tabelle 4 zeigt eine Übersicht über die verfügbaren Kenngrössen in diesem Bereich.

Entwicklungen im Bereich Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmensführung	Trend seit 2008
Nachhaltige Unternehmensführung	
> Betriebe mit Zertifizierung bzw. Label in Umwelt/Nachhaltigkeit	
Qualität	
Betriebe mit Sternekategorie / klassierte Betriebe	Ä
> Anteil QIII-Gütesiegel Hotellerie	

Tabelle 4 Entwicklung der Indikatoren im Bereich Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmensführung in Richtung nachhaltige Entwicklung, dargestellt durch Wettersymbole. Sonne: positiver Trend; Sonne mit Wolke: konstanter oder leicht positiver Trend.

Nachhaltigkeit als übergreifendes Konzept

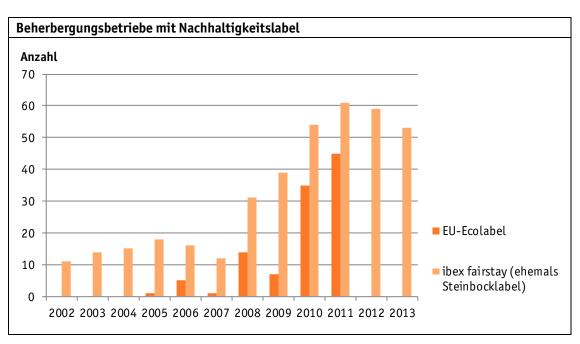
Eine nachhaltige Unternehmensführung erweitert die markt- oder ressourcenorientierten Ansätze zur Förderung der Leistungsfähigkeit von Unternehmen um ökologische und soziale Faktoren. Diese werden systematisch in sämtlichen Geschäftsprozessen berücksichtigt. Durch nachhaltig geführte Unternehmen leistet die Wirtschaft einen freiwilligen Beitrag an die nachhaltige Entwicklung.

Eine nachhaltige Unternehmensführung ist auch für Tourismusunternehmen und somit für die Hotellerie relevant. In der Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz wird beispielhafter Nachhaltigkeit und höchster Qualität eine zentrale Bedeutung zugemessen. Die Strategie geht zudem davon aus, dass Umweltverantwortung und ein nachhaltiger Lebensstil in Zukunft an Bedeutung gewinnen werden (SECO 2010). Dieses zunehmende Nachhaltigkeitsbewusstsein bedeutet auch, dass sich die Gäste vermehrt für die ökologischen und sozialen Auswirkungen ihrer Reise interessieren. Nachhaltigkeitslabels und -auszeichnungen bieten den Hotels die Möglichkeit, transparent über ihre Leistungen zu informieren.

Nachhaltige Unternehmensführung: Basis für Entwicklung in allen Nachhaltigkeitsdimensionen

Labels und Standards sind wichtige Kenngrössen für die nachhaltige Unternehmensführung und deren Kommunikation gegenüber den Gästen. Dazu gehören Labels und Standards, die alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit – Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft – berücksichtigen, aber auch Umweltlabels, die speziell die ökologische Unternehmensführung in den Vordergrund stellen.

Ein umfassendes Nachhaltigkeitslabel ist **ibex fairstay** (früher Steinbocklabel), das die Bereiche Soziales, Wirtschaftlichkeit, Management, Umwelt und regionale Verankerung abdeckt. Das Label misst nicht nur das Managementsystem des Hotels, sondern auch konkrete Massnahmen und die erreichte Leistung. Es wurde 2002 erstmals vergeben. 2011 verfügten 61 Hotels in der Schweiz über dieses Label (Figur 31). Seither ist die Anzahl der «ibex fairstay»-Labels rückläufig. Gemäss der Zertifizierungsstelle haben 2012 einzelne Hotels aus Kosten- und Aufwandsgründen auf eine Re-zertifizierung verzichtet. Zudem wurden 2012 weniger Betriebe neu zertifiziert als in den Jahren zuvor. Noch nicht zertifizierte Betriebe zeigten zwar nach wie vor Interesse, oft betrachteten sie jedoch aufgrund der Rahmenbedingungen andere Massnahmen als prioritär oder erachteten die Kosten für eine Zertifizierung als zu hoch (ibex fairstay 2014).



Figur 31 Die Anzahl Beherbergungsbetriebe mit Nachhaltigkeitslabel EU-Ecolabel oder ibex fairstay hat längerfristig zugenommen. Datenquelle: SALADINO Umweltprojekte (EU-Ecolabel) und www.ibexfairstay.ch (ibex fairstay).

Das **EU-Ecolabel** signalisiert dem Gast, dass der Betrieb sorgsam mit Energie und Wasser umgeht, seinen Abfall reduziert und bevorzugt umweltfreundliche Stoffe verwendet. Die Anzahl der EU-Ecolabel-Hotels ist in den letzten Jahren ebenfalls stark angestiegen: 2008 waren 14 Hotels mit dem Label ausgezeichnet, 2011 bereits 45 (Figur 31). Die meisten Labels halten derzeit Jugendherbergen.

Die zwei neuen Spezialisierungen «Green Living» und «Sustainable Living» zeichnen Hotels mit besonderem Nachhaltigkeitsengagement aus und machen so die heute teilweise unübersichtliche Landschaft an verschiedenen Nachhaltigkeitslabels verständlicher. Zu diesem Zweck wird kein eigener Kriterienkatalog verwendet, sondern die Spezialisierungen bauen ausschliesslich auf bestehenden Labels auf. Hotels, die bereits über ein qualitativ hochstehendes Label wie ibex fairstay oder das EU-Ecolabel verfügen, erhalten automatisch eine dieser Spezialisierungen. Derzeit weisen 45 Hotels die Spezialisierung «Green Living» aus und sieben Hotels die Spezialisierung «Sustainable Living» (hotelleriesuisse 2013b).

Für die ökologische Dimension der Nachhaltigkeit ist zudem die internationale **Umweltmanagementnorm ISO 14001** bei Unternehmen aller Wirtschaftsbranchen weitverbreitet. Ein zertifiziertes Hotel muss sich quantifizierte Umweltziele setzen und diese regelmässig überprüfen lassen. Die Norm ISO 14001 sagt jedoch nicht aus, welche Bereiche für ein Hotel besonders umweltrelevant sind und wie ökologisch der Betrieb sein soll – das muss das Hotel selbst festlegen.

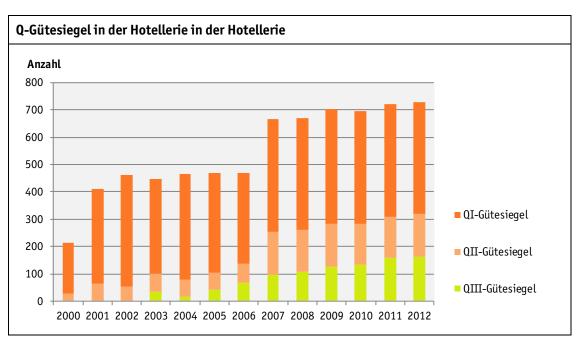
Die Anzahl der ISO-14001-Zertifizierungen wurde aufgrund von Umfragen der ISO International Organisation for Standardisation (ISO) bei verschiedenen Akkreditierungsstellen ermittelt. Für die Schweizer Hotels und Restaurants ist sie nur annähernd bekannt: es zeigt sich eine positive Entwicklung von zirka 34 ISO-14001-Zertifizierungen im Jahr 2009 auf 48 im Jahr 2010.

Qualität und Nachhaltigkeit gehen Hand in Hand

Ein touristisches Angebot der Schweiz von höchster Qualität, herausragende einzelbetriebliche Dienstleistungen und ein hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis: Dies sind Attribute der Vision der Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz (SECO 2010). Höchste Qualität ist nicht nur für das langfristige Überleben von Hotelbetrieben relevant, sondern auch aus einer Nachhaltigkeitsoptik. Nur wenn Nachhaltigkeitsleistungen als Bestandteil von hoher Qualität etabliert und sichtbar gemacht werden, kann dies von den Gästen auch honoriert werden. Oft gehen Qualitätslabels Hand in Hand mit Nachhaltigkeitsauszeichnungen, dienen als Grundlage oder decken sogar selbst gewisse ökologische oder soziale Aspekte ab.

Transparenz und Kommunikation mittels Labels und Standards sind nicht nur in Nachhaltigkeitsaspekten wichtig. Die **Hotelklassifikation durch Sterne bzw. Basiskategorie** bietet den Gästen die Möglichkeit, sich bereits vor dem Besuch über die Servicequalität, Infrastruktur und Ausstattung eines Hotels zu informieren. 40 Prozent aller Hotels- und Kurbetriebe in der Schweiz sind klassiert, bieten also eine gewisse Orientierungsmöglichkeit für die Gäste (hotelleriesuisse 2013b).

Das **Qualitäts-Programm des Schweizer Tourismus**, das von allen grossen touristischen Verbänden getragen wird, fördert die Qualitätsentwicklung und die Qualitätssicherung in touristischen Betrieben. Die dreistufigen «Q-Gütesiegel» berücksichtigen auf den Stufen I und II auch einige Umwelt- und Sozialkriterien. Die Stufe III ist umfassender und entspricht einem anerkannten Qualitätsmanagementsystem (HSLU 2011a, Schweizerischer Tourismus-Verband 2013). Hotelbetriebe, die sowohl ihre hohen Qualitäts- als auch Nachhaltigkeitsleistungen auszeichnen möchten, können über die Kombi-Zertifizierung das «ibex fairstay»-Labels und das QIII-Gütesiegel zeitgleich erwerben. Die Anzahl der Hotels mit Q-Gütesiegel ist seit 2000 kontinuierlich gestiegen (Figur 32).

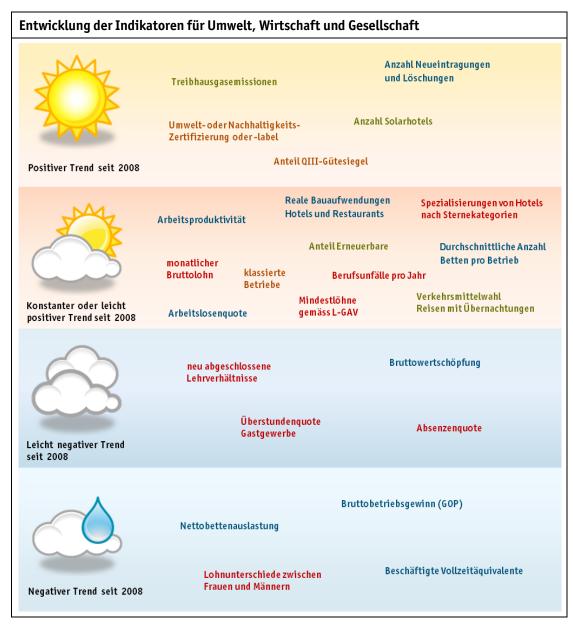


Figur 32 Anzahl Hotelbetriebe mit gültigen Auszeichnungen (QI, QII und QIII). Quelle: STV 2013, Qualitätsprogramm des Schweizer Tourismus, Statistiken des Qualitätsprogramms.

729 Hotelbetriebe verfügten im Jahr 2012 bereits über ein Q-Gütesiegel. Auffallend ist dabei der Trend hin zu höheren Qualitätsstandards. Bereits 22 Prozent der Betriebe mit Q-Gütesiegel haben die höchste Stufe QIII innerhalb des Q-Programms erreicht, verfügen also über ein umfassendes anerkanntes Qualitätsmanagementsystem.

7. FAZIT

Das erstmalige Nachhaltigkeitsmonitoring für die Hotellerie in der Schweiz zeigt ein vielfältiges Bild über Stand und Entwicklung ausgewählter Kenngrössen der Hotellerie in ökologischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Belangen. Die Entwicklungen der analysierten Kenngrössen sind in Figur 33 dargestellt.



Figur 33 Entwicklung der Indikatoren für Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft in Richtung nachhaltige Entwicklung seit 2008, dargestellt durch Wettersymbole (in Einzelfällen Trendentwicklung für einen längeren oder kürzeren Zeitraum, siehe Beschreibung der Indikatoren). Nicht dargestellt ist das Niveau der Kenngrössen. Farbcodes: grün: Umwelt, blau: Wirtschaft, rot: Gesellschaft, braun: übergreifend.

Auch wenn die Kenngrössen nicht sämtliche Nachhaltigkeitsaspekte adäquat abbilden können, liefern sie doch Hinweise darauf, wo die Branche steht und wohin sie steuert. Die Gesamtschau zeigt über die einzelnen Dimensionen hinweg, welche Trends festzustellen und wie diese zu beurteilen sind. Sie macht aber keine Aussagen zum Niveau der einzelnen Kenngrössen. So entwickelt sich beispielsweise die Zahl der Solarhotels sehr dynamisch, ist aber noch immer auf tiefem Niveau. Zudem sind die einzelnen Kenngrössen unterschiedlich relevant. Beispielsweise sind Treibhausgasemissionen eine zentrale Kenngrösse für ökologische Nachhaltigkeit, während etwa die Anzahl der Solarhotels eine Aussage über ein kleines, spezifisches Segment macht. Insgesamt zeigt sich über alle drei Nachhaltigkeitsdimensionen eine heterogene Entwicklung.

1. Zielkonflikte zwischen Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft – aber nicht überall

Nachhaltige Entwicklung erfordert ein permanentes Abwägen zwischen wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und ökologischen Zielsetzungen. Naturgemäss können nicht in allen drei Dimensionen gleichermassen Verbesserungen erzielt werden; vielmehr geht es darum, ein Optimum unter den gegebenen Rahmenbedingungen zu erreichen. Die Entwicklungen in der Hotellerie zeigen, dass auch hier Konflikte zwischen wirtschaftlicher Entwicklung und ökologischen und sozialen Errungenschaften bestehen. Es ist aber nicht so, dass eine der drei Nachhaltigkeitsdimensionen systematisch benachteiligt und auf Kosten der anderen Dimensionen durchwegs negative Entwicklungen zeigen würde. Vereinzelt ist von Synergien zwischen den Nachhaltigkeitsdimensionen auszugehen, etwa dort, wo ökologische Verbesserungen Hand in Hand gehen mit Produktivitätssteigerungen.

2. Hartes wirtschaftliches Umfeld setzt engen Rahmen für ökologische und gesellschaftliche Verbesserungen

Die harten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen setzen in vielen Fällen enge Grenzen für Verbesserungen. Die Arbeitsbedingungen geraten unter Druck, Investitionen in Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden werden zurückgestellt, der Spielraum für Lohnverbesserungen ist gering. Dies wiederum kann langfristig die hohe Servicequalität beeinträchtigen, was sich wiederum in der Wirtschaftlichkeit niederschlägt. Ähnliches gilt auch im ökologischen Bereich, wo an sich lohnende Investitionen wie etwa die Anschaffung energieeffizienter Geräte oder energetische Sanierungen wegen Liquiditätsengpässen nicht getätigt werden. Dies kann einen Teufelskreis auslösen, aus dem die Betriebe nur schwer herausfinden. Gerade Mittelklassehotels stehen unter hohem Druck und sind viel weniger in der Lage, Schritte in Richtung mehr Ökologie zu tätigen.

3. Qualitätsentwicklung ist erkennbar

Die Entwicklungen in der Hotellerie zeugen von einer verstärkten Qualitätsorientierung und grösserer Vielfalt, wie sie der Schweizer Tourismus seit Längerem anstrebt. Gerade aus einer übergeordneten Nachhaltigkeitsperspektive ist dies von zentraler Bedeutung. Denn nicht nur ist eine hohe Dienstleistungsqualität die Basis für wirtschaftlichen Erfolg. Diese geht auch einher mit besseren Qualifikationen der Angestellten, qualitativ besseren und effizienteren Infrastrukturen. Gerade Betriebe mit einem anerkannten Qualitätsmanagementsystem, wie es sie zunehmend gibt, sind gerüstet, Qualität umfassend in sämtliche Geschäftsprozesse zu integrieren. Sie verfügen damit über eine wichtige Basis für Verbesserungen in wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Belangen.

4. Langsame Entwicklungen auf Branchenebene, aber Bewegung in der Nische

Entwicklungen auf Branchenebene verlaufen im Allgemeinen langsam, so auch in der Hotellerie. Langfristige Entwicklungen werden zwar durch konjunkturelle Schwankungen überlagert, ansonsten sind aber kaum markante Sprünge festzustellen. Demgegenüber gibt es eine wachsende Anzahl von Betrieben, die Ökologie und Nachhaltigkeit als wichtige Aspekte ihrer Geschäftstätigkeit betrachten. Davon zeugen beispielsweise Hotels, die in Solarenergie investieren, über ein umfassendes Nachhaltigkeitslabel verfügen oder den Gästen vorwiegend ökologisch hochwertige Produkte anbieten. Zwar sind dies nach wie vor wenige Betriebe. Diese können aber eine wichtige Vorreiterrolle einnehmen und auch andere Betriebe dazu animieren, eine solche Entwicklung anzustreben.

5. Die Besonderheiten der Hotellerie im Branchenvergleich

Im Vergleich zu anderen Branchen steht die Hotellerie in vielen, vor allem in ökonomischen, Belangen eher durchschnittlich oder sogar unterdurchschnittlich da. Auch in Umweltthemen oder bei der Produktivität nimmt die Hotellerie keine Vorreiterposition ein. Bei diesen Vergleichen ist aber nicht zu vergessen, dass die Hotellerie eine wichtige gesellschaftliche Rolle wahrnimmt, etwa indem sie überdurchschnittlich viele Menschen mit tiefem Bildungsstand beschäftigt oder in Randregionen Wertschöpfung und Arbeitsplätze auch für Zulieferer generiert.

6. Strukturwandel als Chance

Der Strukturwandel in der Hotellerie bietet nebst schwierigen Anpassungsprozessen auch grosse Chancen. Vielen Gästen sind Nachhaltigkeit und die sozialen und ökologischen Auswirkungen ihrer Reise zunehmend wichtig. Diesen veränderten Gästebedürfnissen können die Hoteliers besser Rechnung tragen, indem sie transparent informieren und ökologisch und sozial hochwertige Leistungen erbringen. Gerade Veränderungsprozesse bieten die Möglichkeit, auf diese neuen Gästebedürfnisse einzugehen und gleichzeitig einen ökologischen und sozialen Mehrwert zu schaffen.

LITERATUR

- ARE 2012: Tourismus und Nachhaltige Entwicklung. Gute Beispiele und Aktionsmöglichkeiten.

 Bundesamt für Raumentwicklung ARE (Hrsg.) in Zusammenarbeit mit dem Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Bern.
- Avenir Suisse 2009: Kantone als Konzerne. Einblick in die kantonale Unternehmensbeteiligung und deren Steuerung.
- BAFU 2013: Medienmitteilung zum Umweltbericht 2013. www.news.admin.ch/message/index.html?lang=de. [Seite besucht am 29.11.2013]
- BAKBASEL 2012: Hochbauprognose 2012–2018: Prognosen und Analysen zur Schweizer Bauwirtschaft, Basel.
- BAKBASEL 2010: Struktur und Strukturwandel im Schweizer Gastgewerbe, BAK Basel Economics AG. Basel.
- BFS 2013a: Mobilität und Verkehr 2013. Bundesamt für Statistik, Neuchâtel. http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/11.html
- BFS 2013b: Schweizerische Arbeitskräfteerhebung SAKE. Bundesamt für Statistik, Neuchâtel. www.sake.bfs.admin.ch.
- BFS 2013c: Beherbergungsstatistik HESTA. Bundesamt für Statistik, Neuchâtel. www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/10.html
- BFS 2013d: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung. Produktionskonto. Bundesamt für Statistik. Neuchâtel. http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/04/02.html
- BFS 2012a: Beschäftigungsstatistik BESTA. Bundesamt für Statistik, Neuchâtel. www.besta.bfs.admin.ch
- BFS 2012b: Umweltgesamtrechnung. Bundesamt für Statistik, Neuchâtel. http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/infothek/erhebungen_quellen/blank/blank/umweltkonten/01.html
- BFS 2012c: Schweizer Tourismusstatistik 2011. Bundesamt für Statistik, Neuchâtel.
- BFS 2011: Gleichstellung von Frau und Mann Daten, Indikatoren, Löhne in ausgewählten Wirtschaftssektoren. www.bfs.admin.ch. Letzte Aktualisierung: 28.11.2011 [Seite besucht am 21.10.2013]
- BFS/ARE 2012: Mobilität in der Schweiz: Ergebnisse des Mikrozensus Mobilität und Verkehr 2010. Bundesamt für Statistik BFS / Bundesamt für Raumentwicklung ARE. Neuchâtel.
- Bio Suisse 2013: Jahresbericht 2012, Basel. www.bio-suisse.ch/en/home.php
- Bundesrat 2010: Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz, Bern.

- Bundesrat 2012: Strategie Nachhaltige Entwicklung 2012-2015, Bern.
- Bundesrat 2013: Bericht über die strukturelle Situation des Schweizer Tourismus und die künftige Tourismusstrategie des Bundesrates, Bern.
- CIPRA 2011: Tourismus im Klimawandel. Ein Hintergrundbericht der CIPRA. Compact Nr. 08/2011, Schaan.
- Die Volkswirtschaft 2007: Das Magazin für Wirtschaftspolitik 1/2-2007.
- Die Volkswirtschaft 2013: Das Magazin für Wirtschaftspolitik 4-2013: Wettbewerbs- und Marktsituation des Schweizer Tourismus.
- hotelleriesuisse 2013a: Jahrbuch der Schweizer Hotellerie 2013
- hotelleriesuisse 2013b: mündliche Auskünfte von Monika Güntensperger und Michèle Luzi.
- hotelleriesuisse 2012: Jahrbuch der Schweizer Hotellerie 2012
- Howitt O., Revol V., Smith I., Rodger C. 2009: Carbon emissions from international cruise ship passengers' travel to and from New Zealand. Department of Physics, University of Otago, Dunedin.
- HSLU 2011a: Prof. Martin Barth, Dr. Fabian Weber, Institut für Tourismuswirtschaft, Hochschule Luzern: Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie. Schlussbericht 1. Teil (Bestandesaufnahme) und 2. Teil (Nachhaltigkeit in der Hotelklassifikation), Luzern.
- HSLU 2011b: Roger Wehrli, Hannes Egli, Martin Lutzenberger, Dieter Pfister, Jürg Schwarz, Jürg Stettler, Institute of Tourism ITW: Is there Demand for Sustainable Tourism? Study for the World Tourism Forum Lucerne 2011, Luzern.
- ibex fairstay 2014: schriftliche Auskunft Kathrin Spiller zu «ibex fairstay»-Zertifizierungen. www.ibexfairstay.ch
- INFRAS/TEP/Prognos 2013: Analyse des schweizerischen Energieverbrauchs 2000–2012 nach Verwendungszwecken. Im Auftrag des Bundesamtes für Energie.
- Kuster J., Plaz P. 2003: Tourismusstandort Schweiz: Kostenunterschiede zwischen der Schweiz und der EU. In: Die Volkswirtschaft, 7-2003.
- L-GAV 2011: Informationsbroschüre. Der Gesamtarbeitsvertrag im Schweizer Gastgewerbe fördert die Aus- und Weiterbildung. http://www.hotelleriesuisse.ch/files/pdf5/Info-Bildung_L-GAV_de.pdf
- Max Havelaar 2013: Umsatzentwicklung 2012. www.maxhavelaar.ch/fileadmin/user_upload/verlinktedokumente/Umsatzentwicklung_2012.pdf
- Rütter + Partner / IDT-HSG 2004: Nachhaltige Tourismusentwicklung in den Regionen der Alpen: Monitoring und Management, Bericht II: Monitoringsystem. Rüschlikon und St. Gallen.
- SECO 2013a: Die Lage auf dem Arbeitsmarkt. Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Bern.

- SECO 2013b: Prognosen für den Schweizer Tourismus, Ausgabe Oktober. Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Bern.
- SECO 2012: Daten zu Arbeitslosenquote im NOGA 2008, Wirtschaftszweig Gastgewerbe (I 55-56) basierend auf der Volkszählung 2010 und 152 068 Erwerbstätigen; die Jahre 2008 und 2009 basieren auf der Volkszählung 2000 und 176 180 Erwerbstätigen; NOGA-Quoten_2008-2009 und NOGA-Quoten_2010-2012; E-Mail-Korrespondenz mit Frau Franziska Winkler, LAMDA-Helpdesk.
- SECO 2010: Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Ressort Tourismus: Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz, Bern.
- SECO/Unibe 2011: Der Schweizer Tourismus im Klimawandel. Auswirkungen und Anpassungsoptionen. Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Direktion für Standortförderung Tourismus und Universität Bern, Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus, Bern.
- SJH 2013: Präsentation «Umweltmanagement-Prozess» in Schweizer Jugendherbergen aufgrund einer Analyse von myclimate.
- Solèr et al. 2014: Solèr Reto, Sonderegger Roger, von Arx Widar: Sanfte Mobilität für Ihre Gäste. Ein Handbuch für alpine Destinationen.
- Statista 2013: Statista GmbH, das führende deutsche Statistikunternehmen im Internet.

 http://de.statista.com/statistik/daten/studie/175665/umfrage/kapazitaetsauslastungdeutscher-hotels/ [Seite besucht am 29.11.2013]
- Statistik Austria 2012: Tourismusstatistik–Bestandsstatistik 2012. www.statistik.at [Seite besucht am 29.11.2013]
- STV 2013: Struktur- und Branchendaten. Schweizer Tourismus in Zahlen. Ausgabe 2012. Schweizer Tourismus-Verband, Bern, 2013. http://www.swisstourfed.ch
- UBS 2013: Impulse zur Unternehmensführung 2013. Alpiner Tourismus Herausforderungen und Chancen. UBS Zürich, September 2013.
- Website Swissolar 2013: www.swissolar.ch/de/unsere-themen/solarhotels/ [Seite besucht am 16.10.2013]
- Website Swisstourfed 2013: Schweizer Tourismus-Verband STV FST, Qualitätsprogramm. www.swisstourfed.ch [Seite besucht am 14.12.2013]
- WSL 2011: Ch. Schwick, J. Jaeger und F. Kienast: Zersiedelung messen und vermeiden. Eidg. Forschungsanstalt WSL, Merkblatt für die Praxis Nr. 47. Birmensdorf, Oktober 2011.
- WWF 2009: Hygienepapier Konsum und die Schweiz. Waldzerstörung ab Rolle, WWF Schweiz, Zürich. http://assets.wwf.ch/downloads/final_tissuestudie_schweiz_2009_2_1.pdf

hotelleriesuisse – Kompetent.

Dynamisch. Herzlich.

Monbijoustrasse 130

Postfach

CH-3001 Bern

Tel. +41 31 370 42 02

Fax +41 31 370 44 44

nachhaltigkeit@hotelleriesuisse.ch

www.hotelleriesuisse.ch